PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

AL AIRE

+ DERECHOS
+ RESPETO







Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
República de Colombia



Producción Radiofónica
Colección: Comunicación y Comunidad

Autores
María Consuelo Restrepo Mesa
Gladys Herrera Patiño
Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación - CNRR

Coordinación
Subdirección de Procesos de Apropiación de TIC
Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Producción
Centro Dibujo
Diseño y Diagramación
Centro Dibujo / Oscar Vargas
Impresión
Centro Dibujo

Bucaramanga, diciembre de 2010
2.000 ejemplares

Esta cartilla es una actualización de los textos originales escritos así:

- **Capítulos 1, 2, 3,** autora: María Consuelo Restrepo Mesa.

- **Producción de programas para distintas audiencias,** desarrollado por: Universidad Industrial de Santander, UIS.

- **Una mirada muy inclusive de las personas con discapacidad,** escrito por Gladys Herrera Patiño.

- **Verdad, justicia y reparación,** escrito por Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR**.**

La actualización de los contenidos es de Tito Ballesteros López.

Esta cartilla forma parte de Colección Comunicación y Comunidad y contiene un CD multimedia.

AGRADECIMIENTOS
Digital audiomix (Centro de producción), Neiva, Colombia, Lizardo Rojas Tovar. Fm del Rosario, Rosario, Argentina, Sergio Salviso. Impacto Fm, Salto, Uruguay, Alfredo Honsi. Radio Provincia Entre Ríos, Concepción, Uruguay, Gabriel Pérez. Bass Radio, Argentina, Roberto Heredia. Radio Camoapa, Radiocamoapa.com, Nicaragua, Wendy Quintero. Radio Santa Clara, San Carlos, Costa Rica, Vianney Lorenzo Solís. HCM1 1260 A.M., Quito, Ecuador, Audio System. MDradio, Chile. Radio Latacunga, Ecuador, Eduardo Guerrero. AVM Radio, España, Juan Morera. Radio La Cultural, Arturo Reyes, San Antonio de los Santos, Venezuela. Judith Uribe Durán.

Introducción

En esta cartilla hablamos de producción radial, discapacidad en radio y Verdad justicia y paz. Tres temas presentados en el contexto de las radios comunitarias en Colombia. Tres temas inherentes a la realidad nacional y a la Parrilla de Programación de cualquier radio comunitaria del país.

Pistas, miradas, reflexiones, abordajes, enfoques.

La producción radial es el conjunto de técnicas y métodos que implementa un productor para desarrollar diversas estructuras programáticas de una o para una estación radial.

La producción radial en el contexto de lo comunitario requiere de planeación y en ella se debe contemplar la acción, el modo y el efecto de realizar un programa a partir de la utilización de recursos creativos para llevar a la escena una obra radiofónica.

El proceso de la producción radiofónica no se hace de manera independiente, sino que es producto del trabajo de un colectivo humano organizado y de la disponibilidad de ese equipo técnico, de investigación y creativo quienes intervienen oportunamente en la pre-producción, producción y pos-producción, para obtener productos de impacto que motiven el interés de las comunidades por mantener la sintonía de los espacios que se emiten por una estación determinada.

Al cierre del texto, dos temas: discapacidad en radio y Verdad justicia y paz.

El primero de estos temas presenta un mapa sobre la inclusión, diversidad, derechos y exclusión de personas con discapacidad en la vida nacional. Además, claro, de una mirada radiofónica dirigida a usted productor o productora de radio comunitaria.

La definición de víctima, verdad, reparación, justicia, restitución y rehabilitación entre otros conceptos, son abordados al cierre de este material que usted lee.

A producir se aprende produciendo y produciendo sobre diversos temas.

Bienvenidos y bienvenidas.



Tabla de Contenido

PRODUCCIÓN RADIAL







Lenguaje radiofónico

Pg.

Introducción



Lenguaje radiofónico



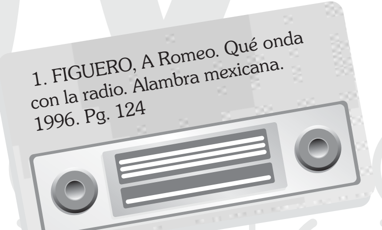
Imagen, Digital Audiomix

Si algo diferencia al hombre de los animales, es la expresión de la inteligencia a través del lenguaje; por ello la palabra es el elemento sonoro humano por excelencia.

Es indudable que a través del lenguaje hablado el hombre logra expresarse e interactuar con sus semejantes.

Indudablemente la radio tiene en la palabra la mejor de sus armas: voces con diversas entonaciones crean mundos fantásticos en la imaginación del oyente, para quien la música, los efectos sonoros y los silencios, complementan aquello que el hablante o locutor logra a través de su narración. En determinados géneros radiales como noticiarios, mesas redondas, de análisis, diálogos humorísticos, etcétera, la palabra logra transmitir las ideas y la información necesaria para establecer la comunicación con el radioescucha.

Romeo Figueroa dice: "La radio es un medio de comunicación de masas integrado, por señales, signos, códigos y significados traducidos en voces, sonidos, música y efectos sonoros y que nutren una disciplina llamada semiológica (Ferdinad de Saussere)"[1].





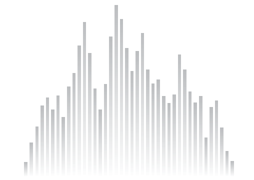
La radio como cualquier otro medio o forma de comunicación posible es un sistema estructurante y comunicante de signos. La radio comunitaria no es la excepción porque desde ella se tratan temas de los que se hablan, maneja códigos, un medio de trasmisión para un destinatario con la característica particular de la participación, donde la comunidad tiene voz, de ahí la importancia y la necesidad del manejo de un código común inmerso en la cultura e intereses de las diferentes comunidades.



El lenguaje radiofónico logra para los colectivos la masificación del uso de la palabra hablada que en la radio comunitaria es interpersonal. Por otra parte el lenguaje radial está compuesto por tres elementos fundamentales importantes que son la palabra, la música y los efectos de sonido, que con un uso apropiado motivan al oyente y posibilitan cambios de conducta importantes, de ahí la creatividad de quien emplea la palabra y en este sentido es oportuno preguntarse ¿cuál es tono, el timbre, la intensidad de quien emite un programa radiofónico?, ¿Qué elementos lúdicos incluye para decorar los contenidos que maneja con la palabra ¿Qué impacto produce en quien lo escucha? ¿Cómo emplea la música? , estas y otras temáticas se desarrollan en la presente unidad, a saber: la importancia y necesidad de un código común, cualidades de la palabra, el lenguaje sonoro y sus elementos, la música, la musicalización, el libreto radial, las funciones y uso del lenguaje.

Imagen, Digital Audiomix







Un código común. ¿Qué importancia tienen las palabras en la radio?

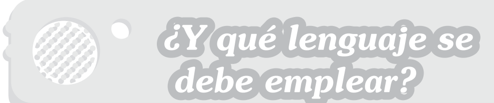
Con las palabras se construye el mundo a través de la radio, con ellas informamos, conversamos, describimos objetos, personas, contextos, exponemos situaciones y les damos sentido, así se logra una comunicación radiofónica con significado social.





¿Cuáles son las cualidades de la palabra?

Las cualidades de la palabra son: Volumen o intensidad: tono timbre.



¿Y qué lenguaje se debe emplear?

Claro. Sencillo. Conciso

El lenguaje se designa como la capacidad humana de hablar; la lengua entonces designa el sistema de un lenguaje concreto, y la palabra indica la acción del hablar (en una lengua). Y en radio el lenguaje debe ser claro y directo, se debe decir únicamente lo necesario con palabras comunes y de fácil comprensión; no dar rodeos, ni expresar múltiples ideas o repetirlas en un solo párrafo. De ahí la importancia de usar oraciones cortas separadas por puntos y en voz activa (sujeto – predicado).

Utilizar nuestro lenguaje cotidiano; vocalizando, es decir, pronunciar bien las palabras; con la acentuación adecuada se produce un mensaje convincente.

No es necesario exagerar, pero sí pronunciar los sonidos con claridad.



El Timbre:
es la particularidad que diferencia una voz de otra. Así como los instrumentos musicales se diferencian por su sonido particular, de igual forma sucede con las voces de las personas.

La Intensidad:
está identificada por el volumen y la cantidad de aire que se utiliza para difundir la voz y la cantidad se manifiesta por la duración y calidad de un sonido.

El Tono:
es la mayor o menor elevación del sonido producido por la rapidez de vibración de las cuerdas vocales.

De acuerdo a la extensión del tono, las voces están clasificadas en: voces graves, voces medias y voces altas.



El lenguaje sonoro y sus elementos:

Imagen, Fm del Rosario.

la palabra, la música y los efectos de sonido

El lenguaje sonoro se refiere a aspectos técnicos tales como la voz, la música, los efectos sonoros y otros que se deben tener en cuenta para que combinados entre sí, hagan posible la estructuración de un mensaje con el fin de que éste se convierta en algo realmente fácil de escuchar, es decir audible. En ello se centra el producto de la radio sin importar hacia donde vayan orientados los contenidos.

La voz es el más valioso elemento que tiene la comunicación en la vida humana. Es código, acción y vida del lenguaje oral. Es esencia y conducto del mensaje de la radio.

Muchas veces se juzga a las personas por su voz. Al escuchar a un locutor o a un periodista cada oyente hace o se crea una imagen de él y cuando tiene la oportunidad de verlo y conocerlo viene la desilusión o la satisfacción porque se ha equivocado.

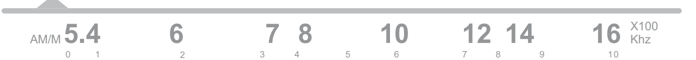


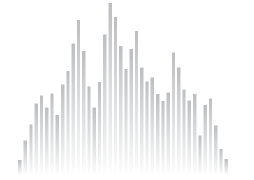
Por lo general, la voz del locutor o del periodista puede ser el factor unitario más importante para determinar la impresión que los oyentes tienen de él como persona, una buena voz, además de proyectar una imagen favorable, ayuda a presentar sus palabras más interesantes y significativas.

En la mayoría de las veces, a la gente le da pereza abrir la boca para pronunciar bien las palabras y cuando tratan de hacerlo, omiten algunas letras, por ejemplo: libertá, dominao, pa qué. Cambian una vocal por otra: antiojos - anteojos, peliar – pelear, planiar – planear o al pronunciar una palabra trasladan de sitio una letra siéntesen, súbasen, cállesen, en lugar de decir siéntense, súbanse, cállense. Una persona puede tener un buen tono de voz, pero si su vocalización y su pronunciación son malas, el mensaje transmitido por esa voz pierde credibilidad.











La voz como vehículo de ideas y sentimientos


Imagen, Impacto Fm

El locutor debe saber hacer uso de su voz, pronunciar correctamente las palabras, articular adecuadamente los sonidos; interpretar el contenido y la intención del mensaje y expresarlo con la propiedad que cada caso requiera.

Para que la voz sea un vehículo de ideas y sentimientos, el locutor debe reunir dos condiciones fundamentales: sus palabras deben ser claras o su voz debe tener cierta flexibilidad tanto en el tono como en la fuerza y el ritmo, además deben ser de fácil comprensión, lo cual depende generalmente de cinco factores distintos, pero relacionados entre sí, ellos son: ajuste del nivel sonoro, duración de las sílabas, elección y modulación de las palabras, claridad de articulación, pronunciación correcta.



Ajuste del nivel sonoro

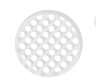
Cuando se realiza un programa en una emisora o al aire libre, es importante tener en cuenta la distancia física entre el locutor y sus oyentes y los ruidos ambientales. Entre más lejos se encuentre el oyente, tanto mayor tiene que ser el volumen de la voz para que ésta se perciba con claridad (cuando no haya de por medio equipos técnicos). Todos realizan de modo inconsciente este ajuste de nivel sonoro cuando es necesario proyectar la voz a una distancia considerable, pero con frecuencia se olvida la necesidad de hacerlo también para distancias más cortas, tengamos en cuenta que la persona que habla siempre percibe su voz con mayor intensidad que sus oyentes, incluso cuando estos se hallan a cuatro o cinco metros.

Además de la distancia, la intensidad de los ruidos ambientales tiene gran importancia porque pueden enmascarar o debilitar los sonidos. En todos los casos, existe siempre un nivel de ruido. El nivel sonoro que producen las hojas de los árboles es más intenso que el producido por un cuchicheo oído a una distancia de tres metros. El ruido en un teatro vacío es mayor que con público, así esté callado y tranquilo.

Para medir el nivel sonoro del mensaje, se recomienda observar las expresiones de los espectadores de la última fila.







Pronunciación correcta

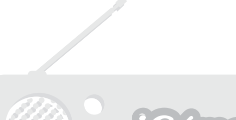
A pesar de hablar la misma lengua (el español) y emplear las mismas reglas ortográficas, la pronunciación de algunos sonidos adquieren diferencias muy pronunciadas de una región a otra. Estas diferencias resultan en ciertos casos una ventaja, por el matiz de exotismo que adquiere la palabra. Por ejemplo: Un costeño, que haga un programa radial o dicte una conferencia en el Eje cafetero, la cadencia de su voz, el ritmo de la melodía sonora y la suavización de ciertos sonidos que en su región resultan más fuertes, puede constituirse, por sí mismo, en un factor de atención. Lo mismo se puede decir en las diferentes regiones del territorio nacional.

El habla de las diferentes regiones del país, tiene sus particularidades, conocidas por todos, a través de ellas es posible distinguir la procedencia del que habla.

Todos estos matices no resultan desagradables cuando son naturales, pero en ciertas ocasiones pueden dar una impresión de afectación al ser empleados por alguien en quien no son connaturales, por alguien que intenta adaptarse fielmente a la pronunciación de la región.







¿Cómo y para qué utilizarla?

La música constituye un soporte muy importante para la producción y realización de programas en radio.

¿Qué función cumple la música en radio?

La música en radio cumple con una función importante dentro de la estructura del lenguaje ya que comunica ideas, emociones, sentimientos, estados de ánimo dirigidos a cautivar al oyente. Por ejemplo los ritmos del folclor de Colombia son variados, los compositores e intérpretes narran historias de las regiones, historias de vida, situaciones de conflicto, logros personales y de comunidades, entre otros.

Todos los programas de radio de una u otra forma llevan o se valen de la música y cumplen también muchas funciones a saber de identificación, ambientación, cortina musical, como puente, ráfaga o de fondo.

De identificación
Por lo regular se emplea en los cabezotes y cierre de programas.

De ambientación
Se encarga de crear atmósferas o ambientes según el género radial que se trabaje.

Cortina musical
Cumple la función de separar unos contenidos de otros, la duración debe ser breve, la aparición y desaparición suave.

La ráfaga
Es un sonido breve y se emplea para efectos dramáticos.

De fondo
Se oye por debajo de los locutores(a). Allí se maneja el primer plano, el segundo plano y el tercer plano.





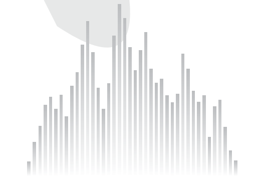
¿Cómo se debe utilizar?

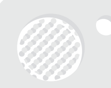
La música debe comunicar estados de ánimo, situaciones y lugares. En este sentido es importante conocer para qué tipo de programa se usa y tener claros los formatos musicales, los más comunes son: musicales de un solo género, invitado especial, mano a mano, ella y él, las favoritas de la semana, música de cantina, complacencias, música del recuerdo, festivales, bailable, serenata, música clásica, instrumental y radio revistas musicales.

¿Cómo se programa la música?

Para programar música es importante balancearla equilibradamente y lograr los propósitos que persigue cada programa, en este sentido el locutor que conduce dicho programa debe ser una persona competente, conocedor de los diferentes géneros musicales y con el suficiente dinamismo para que la animación sea acorde con el ritmo y la agilidad del programa a realizar.







¿Qué aspectos se deben tener en cuenta para programar la música?

Para programar la música se deben tener en cuenta otros aspectos importantes como son: la variedad, la edad, la nacionalidad, el sexo, el ritmo y el género.

La variedad
La clave de la programación musical está en la adecuada utilización de los diferentes géneros y ritmos, no se debe encasillar a la audiencia, por lo tanto la programación debe ser variada.

La edad
Las canciones tienen edad, cumplen años y se clasifican en: las semiviejas, viejas y viejísimas.

las semiviejas: son canciones de 3 o 4 años.

las viejas: son las correspondientes a la década.

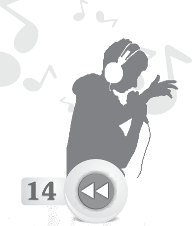
las viejísimas: son las canciones de hace 20, 30 o 40 años. Son los éxitos de ayer.

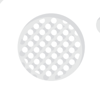
La nacionalidad
Cada país produce su música, de ahí la importancia de balancear la programación de música nacional y extranjera.

El sexo
Los intérpretes de las canciones tienen sexo y hay que saber balancearlo a la hora de programar para no caer en el machismo ni en el feminismo.

El ritmo
En las canciones unas tienen ritmos más rápidos, medios y lentos, los cuales se deben tener en cuenta a la hora de programar.

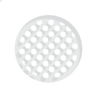
Géneros
Es importante conocer la variedad de géneros musicales para poder balancear el programa y así determinar el formato musical. Algunos de ellos son: boleros, romántica, tango, milonga, salsa, son, cumbia, etc.





¿Quién decide la música en la radio?

Es importante tener en cuenta quién decide la música en la radio. En algunas emisoras se cae en el encasillamiento de la audiencia porque la programación se elabora de acuerdo con los gustos del director o del locutor. Otras programaciones se realizan de acuerdo con lo que se escucha en las demás emisoras o con lo que proponen las casas disqueras. Al final es la audiencia quien decide qué tipo de música es la que quiere escuchar.



¿Y cómo realizar un programa musical?

Para la realización de programas musicales se debe tener en cuenta lo siguiente: conocer y organizar la fonoteca y definir el objetivo del programa.

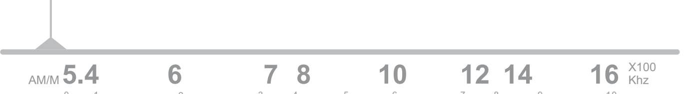
Conocer y organizar la fonoteca
Definir los tipos o estilos de música con que cuenta la emisora, es decir, organizarla de tal forma que se pueda ubicar fácilmente el material discográfico (CD, LP o casete).

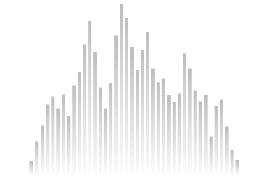
Se deben tener en cuenta los criterios y políticas de la emisora para seleccionar el material discográfico.

Definir el objetivo del programa
El objetivo de los programas musicales es difundir música, pero para ello es necesario planear y organizar previamente el programa. Se pueden realizar programas musicales de muchos tipos, depende de la creatividad y habilidad del programador para encontrar las temáticas más apropiadas para cada caso. Puede haber programas musicales para amenizar y entretener como "Acordeones", programas musicales cuya función principal sea enseñar algo especifico con respecto a un género o un tipo de música como "Noches de tango", programación por ciclos como "Buenas noches bolero" o "Ciclo de salsa y música de baile con lo mejor de la Sonora Matancera" y así muchos otros donde lo más importante es que sea planeado previamente, lo que orienta la definición del objetivo del programa.











¿Cómo se clasifican los tipos de música?

La música se clasifica de diferentes formas, a continuación se presenta un cuadro con una clasificación.



TIPO	TEMATICA
Romántica	Amorosa
Folklórica	Costumbrista, característica regional, modos de vida
Tropical	Cumbia, merengue, mambo, son, salsa

Esta es la forma más común de clasificar los tipos de música pero resulta casi siempre arbitraria porque en la práctica los estilos y las temáticas no están claramente definidos y cada vez son más comunes los cruces entre todos los estilos, es lo que se conoce como fusión.

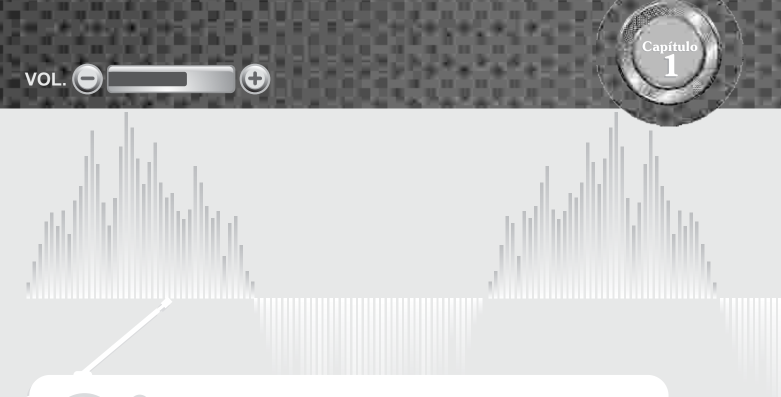
Los efectos de sonido

Los efectos de sonido juegan un papel muy importante en la producción radial porque llevan al oyente a una situación o espacio que el productor de radio requiere para ambientar un programa ya sea cápsula, crónica, reportaje, cuña u otro.

Si se pensara en la radio como vehículo visual, los efectos de sonido serían para este medio lo que la imagen es para el cine o la televisión.

Actualmente se pueden conseguir múltiples efectos de sonido a través de la Internet o, creándolos.

Los efectos son indispensables para dar realismo, dibujar sensaciones y situaciones puesto que describen, complementan, refuerzan, decoran, ilustran y dan vida.



¿Cómo obtener un efecto?

El objetivo de la producción radiofónica es causar impacto (es decir, crear una imagen mental en el oyente y comunicar un mensaje). Obtener un efecto.

Los elementos de una pieza de producción apoyan un tema central para lograr un efecto. Por ejemplo, una música alegre en el comercial de un restaurante trasmite emoción. Los elementos de producción también se utilizan como sellos o rúbricas para que los oyentes identifiquen inmediatamente a una emisora.

La música es un elemento de producción comúnmente utilizado para logar un mejor impacto. Se hace un uso óptimo de la música cuando esta contribuye de manera explícita a la comunicación de una idea. Con frecuencia, se usa música por música, porque será un distractor y en este caso resultará contraproducente.

Del mismo modo, los efectos de sonido deben utilizarse con prudencia. Pueden ser muy efectivos cuando su uso es lógico y apoya el tema central; cuando sólo se utilizan por que están disponibles pueden desvirtuar el trabajo.

La coloración del sonido, otro factor que favorece a la obtención de un efecto, se refiere a las distintas formas como se puede manipular un sonido. Otros factores que contribuyen a lograr un efecto son la pausa y el ritmo, la calidad de voz y el sonido de cada palabra utilizada.

El Silencio

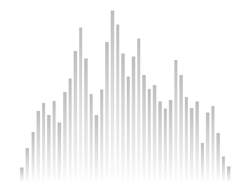


¿Qué importancia tiene el silencio en la producción radial?

El silencio forma parte del lenguaje radiofónico y al igual que los materiales hasta ahora tratados son de gran importancia porque tiene la posibilidad de expresar, narrar y describir.









El silencio aparece en la radio cuando se produce una ausencia total del sonido, es decir, cuando no hay voz, ni música, ni efectos sonoros, aunque su verdadero sentido sólo podrá ser captado a partir de la relación entre el lenguaje y el silencio mismo, por ejemplo si se está transmitiendo una noticia sobre una catástrofe provocada por las lluvias el silencio corto da énfasis en la noticia dependiendo de las palabras que emplee el locutor en su narración.

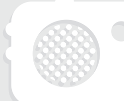
La utilización del silencio es muy limitada, ya que, al no estar familiarizado con sus códigos, el oyente tiende a considerarlo como una información no deseada, como un fallo técnico, como un "ruido" o como una interrupción de la comunicación.

De hecho, existen numerosas situaciones en las que se puede hacer uso del silencio, como por ejemplo para representar el estado emocional de una persona que decide dejar de intervenir en un diálogo; o para estimular la reflexión, cuando, ante un tema particular, el locutor realiza un silencio invitando a los oyentes a pensar sobre ello.

El silencio, en ocasiones, puede ser construido con la ayuda de un sonido, como la recreación radiofónica de "un minuto de silencio" mediante el repique de campanas o trompetas.

¿Cuál es la función del lenguaje en la radio?

La función fundamental del lenguaje es permitir la comunicación con los demás semejantes, no sólo se trasmite información de una manera objetiva, sino que además transmite órdenes, dudas, deseos, necesidades y demás signos comunicativos. Por lo tanto, la función del lenguaje es transmitir la información de una manera directa o indirecta, como por ejemplo: nuestros deseos y/o necesidades.



¿Cómo se clasifican las funciones del lenguaje?

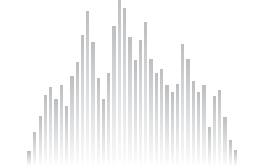
En la radio entre otras funciones del lenguaje se emplean: función expresiva o emotiva, descriptiva, analítica y persuasiva.

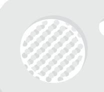
a. Función expresiva o emotiva
Describe la relación del mensaje con el remitente, por ejemplo cartas a los oyentes.

b. Función descriptiva
A través de esta el hombre ve el mundo y lo transforma; por medio de ella se logra trasmitir con mayor fidelidad el acto o suceso que se quiere recrear o contar. Ejemplo: ambientación de una situación en el municipio, descripción de un personaje del pueblo, ambientación de un partido de fútbol.

c. Función analítica
En el lenguaje confluye todo un mundo de conocimientos, sentimientos, vivencias y todo cuanto el hombre puede ser. Por ejemplo cuando el locutor habla se pone en contacto con el otro (escucha) y este analiza el mensaje, lo interpreta y crea sus propias imágenes.

d. Función persuasiva
La radio tiene la posibilidad de crear estados de opinión y estos se derivan en cierta medida tanto de factores culturales internos o externos y evolutivos, como del medio y los elementos que se utilizan en determinado acto comunicativo. Pues a través del lenguaje y su adecuada utilización se pueden lograr infinidad de sentimientos y/o necesidades; dependiendo del objetivo o la intención de quien emite el acto comunicativo. Por ejemplo los comerciales, las propagandas, etc.





El uso del lenguaje

Al establecer cualquier proceso de comunicación, la intención principal es comunicar un determinado contenido a un receptor (escucha), pero aparte de esa función primordial, el uso del lenguaje puede ser utilizado para desempeñar muchas otras funciones, como estableció Román Jakobson.

Otro aspecto considerado importante y no separado del lenguaje es el contexto (lugar) y la situación, necesarios para explicar el significado de palabras cuyo uso es meramente incidental y sólo puede entenderse en la situación práctica del habla (contextos culturales - regionales).

Todos utilizan el lenguaje para comunicarse e interactuar con otras personas. Cada lengua lleva el distintivo de la cultura en la cual se usa, por ejemplo: en la cultura indígena manejan su propio dialecto. Pero el lenguaje presenta funciones generales más allá del uso específico en cada comunidad.

El lenguaje se utiliza, para establecer con otro u otros un contacto; el cual le permitirá transmitir una determinada información, según su intención en el acto comunicativo, por ejemplo cuando se quiere trasmitir miedo, suspenso, alegría, sorpresa, etc.

La realización de un acto comunicativo puede responder a diversas manifestaciones; como son por ejemplo:

- Transmisión de información.
- Intento de influir en los otros.
- Manifestación de los propios estados o pensamientos.
- Realización de actos.
- Adquisición de conocimientos.
- Intercambio de experiencias y más.

Por otra parte los elementos que intervienen y se deben tener en cuenta en un proceso de comunicación son:

Emisor: Sujeto que produce el acto de comunicación. Ejemplo: el locutor.

Código: Conjunto de signos, relacionados entre sí, y de reglas de construcción, a disposición del emisor y del receptor. Ejemplo: la palabra.

Mensaje: Resultado de la codificación, portador de la información o conjunto de informaciones que se transmiten. Ejemplo: tema

Canal: Medio físico por el que circula el mensaje. Ejemplo: la radio.

Receptor: Sujeto que decodifica y recibe el mensaje. Ejemplo: oyente.

Contexto: Conjunto de factores y circunstancias en las que se produce el mensaje y que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor. Ejemplo: Municipios. Se pueden distinguir distintos tipos de contexto: contexto situacional, contexto socio histórico y contexto lingüístico.

Partiendo del concepto de Mario Kaplún "más que una preocupación para recoger una comunicación de retorno, en la que ubicamos al destinatario al final del mensaje, recibiéndolos y retornándolos, tal vez deberíamos procurar poner al oyente al comienzo: del proceso originado los mensajes, inspirándolos"[2]

Esto es una inversión del esquema emisor - receptor, donde el receptor se convierte en emisor, o donde la comunidad juega ambos papeles, porque partiendo de la emisión de su parecer, de su vida cotidiana, se enseñará lo que el mismo captará como receptor.

A este esquema podría dársele el nombre de espejo, ya que el que está frente a él es el emisor y su proyección sería el receptor (el mismo); es mirarse a sí mismo, a través de la radio como medio.

Frente a este esquema la función del comunicador ya no consistirá, como mencionó Mario Kaplún "en transmitir sus propias ideas, las que él considera convenientes y luego esperar que el mensaje retorne. El comunicador aquí tendría por principal cometido recoger las experiencias en forma de emisión radiofónica y así estructurarlas, devolverlas a la comunidad, de tal modo que esta pueda analizarlas concientemente y reflexionarlas".

Por lo tanto el comunicador y en particular el comunitario debe comprender lo que es el sentir y vivir de sus oyentes, conocerlos previamente, prealimentarse para su futuro mensaje y hablar en el mismo código de ellos, de su lenguaje popular, de su realidad. Esto le facilitará a la comunidad mirarse en su medio, su verdad y posibilidades.

Finalmente se hacen algunas recomendaciones prácticas sobre las características propias del lenguaje radiofónico:[3]

El estilo coloquial: como la conversación cotidiana con dichos, modismos y refranes.

Escribir como se habla: espontaneidad, naturalidad. Escribir escuchándose, como hablándose a sí mismo.

Lenguaje sencillo: afuera las palabras complicadas.

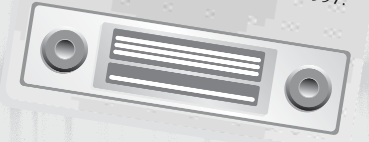
Oraciones cortas: para no dejar perder la atención ni la dinámica de los programas.

Una sola idea: para ser más concretos y no crear confusión entre la gente.

Pocas cifras: si se dan, presentarlas globales. Aproximadas 1.000.000 en vez de 998.879 personas.

2. KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio. El guión – la realización. Citado por BERNAL GUTIERREZ Martha, PEDROZA URUETA Amparo. La radio un arco iris donde la participación es la esencia de los colores. UNAD. Bogotá. Nuevas ediciones Ltda.

3. CACERES DIAZ, Marta Josefa. Para hacer radio. Pensando en el oficio de la radio participativa. Ministerio de Comunicaciones. OP Gráficas 1997. Pg. 37



PRODUCCIÓN RADIAL

¿Qué es el libreto radial?



Imagen, Radio Provincia Entre Ríos

El libreto radial o guión es el soporte de la producción radial que guía la estructura de todo un programa, en el se escriben los mensajes, se asignan las intenciones, los sentimientos, las ideas y los sueños que se quieren proyectar.

El guión se utiliza para organizar el trabajo en el momento de grabar y emitir los programas. Orienta la producción radial y facilita el desempeño de los integrantes de la emisora.

En él se describe paso a paso el esquema de la emisión de un programa y comprende el texto oral, los efectos de sonido, la música y los silencios indicando el tiempo y el momento preciso en que se van a emitir; contiene los mensajes que se van a decir, quién los va a decir y cómo se van a decir en cada programa.

En síntesis el libreto radial contiene:
Las palabras, las instrucciones para locutores y las instrucciones para los técnicos.

Elaboración del libreto radial



Antes de escribir el libreto se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Definir a quiénes va dirigido el programa radial (audiencia)
- Determinar el tema
- Establecer el objetivo
- Investigar con profundidad todo lo relacionado con el tema
- Escoger género y formato (noticiero, radiorevista, crónica, reportaje, etc.)
- Seleccionar el material (pregrabados, efectos de sonido, música, entrevistas)
- Determinar el contenido

El paso siguiente a realizar es el de escribir el guión.

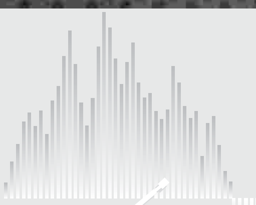
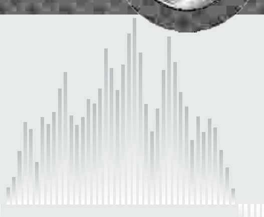
Existen varias formas de realizar el guión, sin embargo esta varía de acuerdo a las características de la emisora, de la comunidad y de las necesidades del equipo de producción.

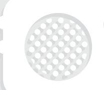
Lo primero que debe llevar el guión es la identificación donde se escriben todos los datos relacionados con el programa, esto se hace en letras mayúsculas: nombre de la emisora,nombre del programa, tema, duración, coordinador(a), fecha y hora de emisión,conductores o locutores, productor.







Identificación del guión

Después de la identificación del guión, se pasa a la elaboración total del mismo. La hoja se divide en dos columnas. En la columna izquierda se escribe en mayúscula el nombre de quien va a realizar la acción (locutor, 1,2,..., actores, participantes); y a continuación en la columna derecha lo que el locutor o personaje debe decir, es decir el texto, la función del control (música que entra, nombre del CD, cassete o Lp, autor, nombre de la canción y número de track; efectos, sonidos, ruidos si se necesitan) también en letra mayúscula, por ejemplos:

COLUMNA DERECHA	COLUMNA IZQUIERDA
LOCUTOR 1. Juan Diego **CONTROL**	Hoy en Tiempo de Tango, lo mejor de la música de Carlos Gardel. CORTINA MUSICAL CD LO MEJOR DEL TANGO "LA CUMPARSITA" POR CARLOS GARDEL TRACK 1.

El guionista, a diferencia del novelista, no tiene una relación directa con su público. Los radioescuchas no leen guiones, escuchan el resultado de ellos. El guionista escribe a través de sus personajes historias actuando. Todo pensado en función del lenguaje que se utiliza que han de especificar determinadas imágenes visuales que el radioescucha recreará en su imaginación.

Ejemplos de guión

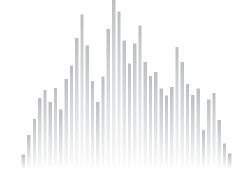
Identificación	
Nombre de la emisora:	Ecos del oriente
Nombre del programa:	Cosechando ando
Tema:	Festival de la cosecha de San Pablo
Duración:	10'
Coordinador (a):	Julia Duarte
Fecha y hora:	10 de noviembre 5:00 a 5:10 PM
Conductores – locutores:	Mariana Patiño Santiago Jerez

AREAS IZQUIERDA Y DERECHA QUIENES HACEN CONTROL:	QUE HACEN ENTRA AUDIOTIPO DEL PROGRAMA 10" ENTRAN SONIDOS EN PRIMER PLANO DE FIESTA CAMPESINA. 08"
María Patiño Control:	Cosechando ando los saluda nuevamente como todas las tardes, hoy desde San Pablo, compartiendo con ustedes el Festival de la Cosecha. 15" SONIDOS EN PRIMER PLANO DE BANDA MUSICAL EFECTO DE PLAZA DE PUEBLO 05"
Corresponsal José Sardy (San Pablo)	(VOZ ALEGRE) el parque central de San Pablo, parece hoy una plaza de mercado. A donde se mire hay frutas, verduras y … 02'
Control: Santiago Jerez	CORTINA MUSICAL ARRIBA MI PUEBLO EN PRIMER PLANO BAJA Y QUEDA DE FONDO 5"
Invitado Andrés Ángel	Nos acompaña el Alcalde de San Pablo Andrés Ángel, quien nos cuenta cómo nació el Festival de la cosecha, señor Alcalde…13" Este festival es una herencia de nuestros antepasados, que bailaban y cantaban celebrando los productos de la tierra…01.



Fuente: CACERES DIAZ Marta Josefa. Para hacer radio. Pensando en el oficio de la radio participativa. Ministerio de Comunicaciones. OP Graficas 1997. Pg. 41





Conclusión

Para hacer radio es importante tener en cuenta el lenguaje. Del buen o mal uso que de este se haga depende el impacto que provoque en el oyente, de ahí la importancia de hacer un buen uso de la palabra, la música, los efectos y el silencio porque ellos comunican información.

Taller



¡Uno, dos, tres, al aire!

Produzca un programa de radio de cinco minutos en el que grabe de la siguiente forma

1. Grabe las voces que va a utilizar
2. Seleccione la música que va a emplean en el audio
3. Seleccione los efectos que va a trabajar en la producción

Reúna al equipo de la radio y escuche primero las voces de manera independiente, luego, escuche el mismo audio con voces y música, y finalmente, escuche la mezcla de voces, música y efectos sonoros.

Discuta con los compañeros de actividad los resultados del ejercicio y la importancia del lenguaje radiofónico.







Géneros radiales:
informativos y de opinión, educativos y recreativos



Introducción

Géneros radiales: informativos y de opinión, educativos y recreativos

Las producciones radiales se realizan desde diferentes géneros y cada género agrupa programas que comparten entre sí características similares de forma, contenidos e intención. Existen varios criterios para hacer una clasificación por géneros. Puede hacerse en función de la audiencia, como por ejemplo programas para jóvenes, adultos mayores, infantiles, para el sector rural, otra clasificación puede hacerse de acuerdo con la intención del productor, por ejemplo, géneros educativos, recreativos, musicales.

Los géneros organizan conjuntos de pautas y códigos de comunicación que posibilitan el trabajo tanto a productores como escuchas y que vehiculizan la comunicación de determinados temas, se originan en contenidos culturales no siempre fáciles de explicar, de ahí la importancia de conocer los diferentes géneros y formatos que un productor radial puede realizar tanto desde los estudios como desde el campo abierto.

Para la realización de esta unidad se desarrollan los siguientes contenidos: géneros informativos y de opinión, educativos y recreativos.



A continuación se hace una síntesis sobre los diferentes géneros radiales, ellos son: géneros informativos e interpretativos.

Géneros informativos y de opinión



La noticia

Es un hecho que afecta el desarrollo normal de una sociedad.[4]

Informa sobre los hechos verdaderos de interés general para la comunidad, que de una u otra forma afectan el diario vivir de la comunidad.

La noticia se caracteriza porque debe ser de actualidad e informar sobre los acontecimientos diarios en la localidad o el lugar.

Características de la noticia

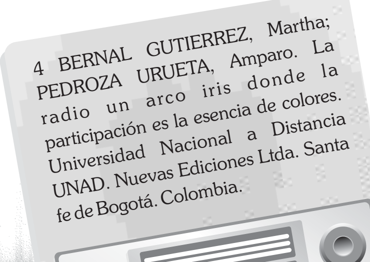
Novedad. Es una información que no se conocía antes.

Interés humano. Que se relacione con la vida, la seguridad y el bienestar de las personas.

Importancia del protagonista. Las noticias informan sobre personalidades destacadas.

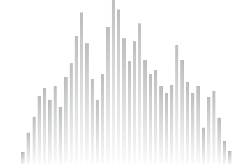
Cercanía del suceso. Los sucesos que ocurren en zonas de referencias más próximas despiertan interés e identificación con el oyente, por ejemplo los deslizamientos de tierra a causa de las lluvias.

Originalidad del hecho. Todo aquello que no es común despierta gran interés y atracción.



4 BERNAL GUTIERREZ, Martha; PEDROZA URUETA, Amparo. La radio un arco iris donde la participación es la esencia de colores. Universidad Nacional a Distancia UNAD. Nuevas Ediciones Ltda. Santa fe de Bogotá. Colombia.





El productor de noticias debe hacerse algunas reflexiones respecto al manejo de las noticias y la recepción que hace el oyente de las mismas.

COMO PRODUCTORES RADIALES

¿Qué envío? Calidad del Mensaje.

¿A quién envío? Conocimiento de mis oyentes.

¿Cuánto envío? Cantidad de información de acuerdo a la necesidad de mis oyentes.

¿Con qué intención envío? Intereses y objetivos míos y de la emisora y circunstancias políticas y sociales del país.

¿Cómo lo envío? Teniendo en cuenta los hábitos de escucha de mi oyente o de la magnitud de la noticia.

¿Cómo lo envió? Formas propias de contar y capacidad técnica de la emisora. ¿Qué tan creativo soy al crear nuevas formas de contar? Tengo la capacidad de sorprender agradablemente a mi oyente.

¿Qué interfiere la emisión? A nivel técnico, a nivel humano.

COMO OYENTES

¿Qué recibo? Calidad de la información que me envían. A nivel de contenido y a nivel técnico.

¿Quién me la envía? Conocer quién es el dueño o dueños de la emisora y qué tanto confío y creo en ellos. Nivel de credibilidad.

¿En qué circunstancias la recibió? Mis condiciones personales y las condiciones del país o de la región.

¿Qué se del tema. Tengo antecedentes que me hacen tener un criterio más amplio o apenas me estoy informando?

¿En qué forma me hablan? Lenguaje utilizado, formas de hablar de quien escucho, recursos que utilizan para llamar mi interés.

¿Qué nivel de participación me dan?

¿Qué interfiere la emisión? A nivel técnico, a nivel humano.

Fuente GUTIEREZ Martha, PEDROZA URUETA Amparo. La radio un arco iris donde la participación es la esencia de los colores. UNAD. Bogotá, Nuevas ediciones Ltda.



Horarios para las noticias. No necesariamente es una regla a seguir

Por lo regular las noticias se programan en bloques de 6:00 a 9:00 o 10:00 de la mañana. Regresan a las 12:00 del día hasta la 1:00 o 1:30 de la tarde y al finalizar el día desde las 5:30 hasta la 8:00 de la noche.

Las noticias de la mañana presentan resúmenes y lo informan a manera de titular.

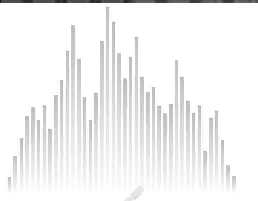
El noticiero del mediodía maneja una compañía informativa para el oyente.

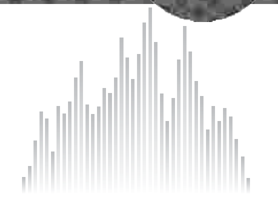
El noticiero de la tarde y la noche maneja un estilo fresco con mucho humor y sátira política donde resume la información del día.

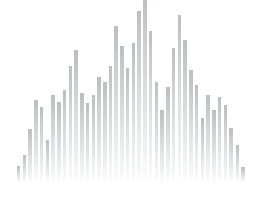














Redacción de la noticia

Una noticia debe responder a varios interrogantes, ellos son: Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Cómo, Por qué y Para qué. A continuación un ejemplo:

Elementos	Sustanciales	Complementario	De efecto	Antecedentes	De fuente
¿Qué?	Aumento del 20% del salario mínimo			Reuniones previas para llegar al acuerdo	
¿Quién?			Reacción gremios y empleados		Gobiernos y sindicatos
¿Cómo?		Acuerdo entre las partes			
¿Dónde?		Palacio presidencial			
¿Cuándo?		Hoy a las 10:45			
¿Por qué?			Situación de la economía en el país		

Fuente: ESCALANTE Marco, relacionado GUTIEREZ Martha, PEDROZA URUETA Amparo. La radio un arco iris donde la participación es la esencia de los colores. UNAD. Bogotá, Nuevas ediciones Ltda.

Imagen, Radio Magnal

Otra forma de elaborar la noticia es presentar un informe, con duración de un minuto. La estructura de la noticia empleando la técnica del informe es la siguiente. Introducción, desarrollo y conclusión

Introducción: ubica al escucha

El desarrollo: ilustra sobre el informe

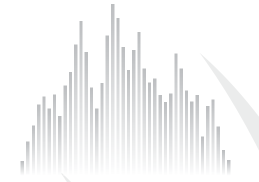
La conclusión: resume y cierra el informe



Pre-guión de la noticia

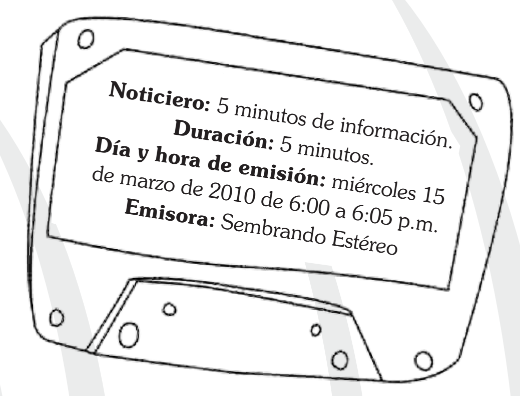
Toda producción radial requiere de una planeación y la noticia no es la excepción. A continuación se ilustra con un ejemplo de pre-guión para realizar un noticiero.





La palabra pre-guión significa la elaboración previa o planeación de una guía que ayudará a orientar lo que se planea y por donde va lo que se planea.

Para finalizar se presenta la estructura de un informativo de 10 minutos.



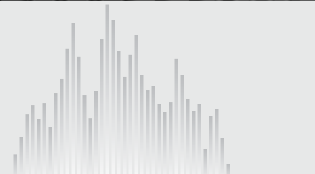
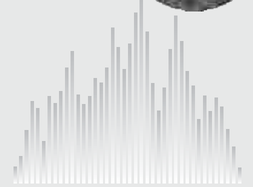
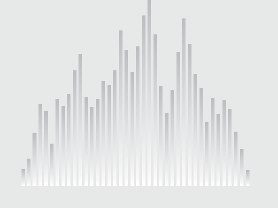


Nombre de la emisora:	Sembrando Estéreo
Nombre del programa:	El informativo de la mañana
Duración:	10 minutos
Director:	Fernando Carrillo
Fecha y hora de emisión:	Mayo 19 de 6:00 a 6:10 a.m.
Locutores:	Juan Manuel Castaño

CONTROL	**IDENTIFICACION DEL PROGRAMA 10”**
JUAN MANUEL CASTAÑO	Saluda, presenta y anuncia titulares 30”
CONTROL	**PRIMER CORTE COMERCIAL DOS CUÑAS 1’**
JUAN MANUEL CASTAÑO	Lectura de noticias y da entrada a corresponsal de Manizales.1”
CORRRESPONSAL	Presenta informes desde Manizales. 1’
CONTROL	**CORTINA MUSICAL 3”**
CORRESPONSAL	Presenta informe desde Montería. 1’
CONTROL	**SEGUNDO CORTE COMERCIAL 2 CUÑAS 1´30”**
JUAN MANUEL CASTAÑO	Lectura de noticias con testimonio pregrabado. 15”
CONTROL	**TESTIMONIO PREGRABADO CASETE 1. DESDE “es Respetable que…” HASTA: la gran solución venezolana**
CARLOS PARDO	Concluye noticia y da entrada a corresponsal de Medellín.7”
CORRESPONSAL	Presenta informe desde Medellín. 7”
JUAN MANUEL CASTAÑO	Da lectura a dos noticias y despide el programa.50”
CONTROL	**IDENTIFICACION DESPEDIDA DEL PROGRAMA 15”**





Existen varios tipos de noticias a saber

El flash: Es una sola noticia en forma de avance, es muy corta.
Noticieros informativos: Pueden ser: Matutinos, (mañana), vespertino (tarde), nocturno (noche)
Resúmenes informativos: Se realizan a cada hora y en la hora
Programas sistematizados: Son programas de análisis y discusión
Programas especiales: Hacen referencia a programas en vivo: inauguraciones, aniversarios, acontecimientos políticos, económicos, históricos, sociales

Estructura del noticiario
Cabeza o titular. Es la entrada al programa
Resumen de noticias. Se hace una síntesis de las noticias
El cuerpo: Allí se desarrolla el grueso de la información
Salida: Antes de terminar el noticiero se hace un resumen o síntesis

Las noticias pueden ser internacionales, nacionales, locales y sobre temas como:
Deportes
Espectáculos
Los invitados además pueden incluir entrevistas

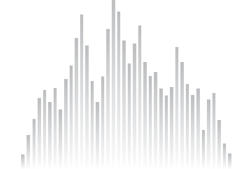
¿Cuál es la estructura de la nota informativa?
La redacción: Se hace en una sola cuartilla escrita a doble espacio
La margen: Son 12 líneas (espacios)
La extensión: Es de 28 líneas
La letra: Se emplea letra minúscula para el cuerpo, se recomienda no cortar las palabras



¿Y cómo se debe salir al aire?
Para salir al aire se recomienda revisar las notas de los reporteros y corresponsales, los despachos de la red, las notas exclusivas de otros medios, el material del télex, el material de los comentaristas, los controles remotos de la unidad móvil, si se dispone de ella.

¿Y cómo se producen las noticias y los programas de interés general?
El personal de noticieros radiofónicos tiene una gran ventaja sobre sus homólogos de otros medios de comunicación: el trabajo en radio es relativamente simple e inmediato; la información puede recabarse y transmitirse a gran velocidad.







La redacción de noticias para radio tiene su propio estilo. A diferencia del periódico, las oraciones son más breves y el sujeto de la oración aparece en primer lugar.

Para quien labora en el área de noticias es esencial tener habilidad para realizar entrevistas. Entre los puntos más importantes a tener en cuenta cuando se realizan las preguntas están: deben ser sencillas, directas y que inviten a respuestas concisas, evitando respuestas de sí o no.

Para la producción de noticias de radio se pueden utilizar fuentes de sonido siempre y cuando no distorsionen los hechos.

Por otra parte el teléfono es una herramienta muy útil para realizar entrevistas, además puede grabar y enviar reportes grabados a la emisora para la realización del noticiero.

La entrevista
La entrevista es una conversación personal o telefónica que tiene por objeto brindar información pública o espectacular al oyente. Tiene como propósito obtener información para convertirla en noticia.

Usos de la entrevista

La entrevista se usa en:

El trabajo cotidiano del reportero.
Para el diálogo o charla en el estudio: en vivo, por teléfono, o desde la fuente.
Para la encuesta.
Para la conferencia de prensa.
La mesa redonda o panel.


Imagen, Bass Radio.



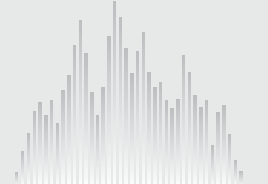


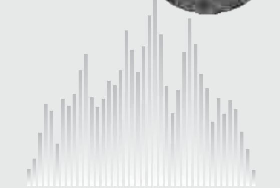
¿Cómo se prepara la entrevista?
Para preparar una entrevista es importante:

Conocer el nombre y el currículo del entrevistado.
Preparar un cuestionario con palabras cortas y sencillas.
Realizar preguntas directas y claras.
Repetir constantemente el nombre del entrevistado.
El reportero, o quien realiza la entrevista debe presentarse afable y cordial.









Tipos de entrevista
Existen varios tipos de entrevistas ellas son: entrevista de noticias, de opinión, de personalidad o semblanza, conjunta.



- *Entrevista de noticia:* Obtiene información y la convierte en noticia.
- *Entrevista de opinión.* Su propósito es encontrar puntos de vista nuevos sobre asuntos conocidos.
- *Entrevista de personalidad o semblanza*
  Busca hacer una semblanza de profundidad.
  Se centra en el perfil psicológico del entrevistado.
- *En el contenido temático.*
  Intenta una exploración profunda, hace un retrato físico, psicológico, biográfico de la persona o el tema.
- *Entrevista conjunta.* Es grupal, la realiza un grupo de reporteros a un líder.

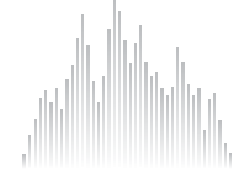
Entrevista para noticias de radio
Con frecuencia los entrevistados tienen intereses personales y responden dando rodeos. Aunque la respuesta no se aparte abruptamente de la verdad, podría implicar desviarse del objetivo. En ocasiones los entrevistados le responderán con una mentira absoluta, o se rehusarán a responder una pregunta o evadirán un tema. Los periodistas radiofónicos y de otros medios de comunicación han desarrollado una serie de técnicas especializadas para extraer información en las circunstancias anteriores. En una entrevista periodística un interrogador experimentado realiza un proceso en tres partes a saber.

- Valora las motivaciones de la persona a la que se está interrogando, porque juegan un papel importante en el ambiente de la entrevista y el tipo de información que se proporcionará.
- Determina la estructura apropiada para cada entrevista.
- Plantea preguntas especialmente estructuradas para orientar una respuesta significativa.

Algunas veces esas preguntas conducen directamente al punto. Otras veces son preguntas abiertas de "descubrimiento" diseñadas para comenzar y dar seguimiento a la charla del entrevistado.

Motivaciones de los entrevistados
¿Por qué alguien decide hablar con un reportero? Es una pregunta importante porque el carácter de la información que reciba se determina, en parte por las circunstancias que los llevaron a ponerse en contacto con el entrevistado. Esas circunstancias van desde razones profesionales, un beneficio personal o profesional, que el entrevistado de pronto se ha visto en el centro de una controversia y el deseo del entrevistado de confesar o divulgar información.





Razones profesionales

Algunas personas están obligadas a hablar con los medios de comunicación porque es su trabajo. Como lo es el ejemplo del vocero de la policía y el ejército. Una persona que por razones profesionales habla con un reportero puede hacerlo con cierta resistencia, dependiendo de la circunstancia. Por ejemplo, se requiere que las organizaciones policíacas comuniquen cierta información a los medios, pero no hay una ley que los obligue a hacerle con entusiasmo o a proporcionar información adicional que redondee la noticia.

Cuando un representante de relaciones públicas está obligado a hablar con un periodista solo por razones profesionales, con frecuencia proporciona datos incompletos.

Resumiendo acerca de la información que se proporciona como parte de una obligación profesional, recuerde que:

a. Beneficio personal o profesional

Algunos entrevistados aparecen ante las cámaras y micrófonos con el único propósito de promover su organización, su producto o a sí mismo, esto no es incorrecto. Sin embargo, un periodista tiene la obligación de presentar la información de manera equilibrada y asegurarse de que los hechos transmitidos sean de interés público legítimo y no sólo un anuncio gratuito para el entrevistado.

Por lo general, el personal de relaciones públicas adoptará una actitud muy diferente cuando hable con un periodista sobre un tema que promete beneficios personales o profesionales. A diferencia de cuando se le solicita información que por razones profesionales deben dar, pueden ser muy amables y con frecuencia proporcionar información valiosa.

b. Cuando se está en el centro de la controversia

No es aconsejable recurrir a fuentes de personas que han sido testigos de accidentes o situaciones semejantes ya que a menudo son testigos inexpertos que difícilmente proporcionan información y si lo hacen, esta no es de confiabilidad.

c. Deseo de confesar o divulgar Información

Muchas personas desean comunicar algo sólo por un interés personal o porque creen conocer mucho sobre determinada situación y presume que esto puede gustarle al oyente. Cuando se entrevista a este tipo de personas hay dos puntos esenciales que se deben tener en cuenta.

En primer lugar, suele caerse en la tentación de creer que cuando alguien dice algo negativo sobre sí mismo la información es verdadera.

En segundo lugar, cuando alguien le revela información de manera voluntaria necesita saber por qué está haciendo la confesión.





Estructura apropiada para cada entrevista
Varios factores determinan la manera en que se estructura y llevará a cabo la entrevista. Entre ellos se encuentran los siguientes: uso o destino de la entrevista, disponibilidad del sujeto, cuando el entrevistado coopera.

Uso o destino de la entrevista
Existen tres tipos de entrevista noticiosa: las que se utilizarán como fondo, como sonido real (simple sonido, llamado también bite de sonido) o como talk show.

- La entrevista de *fondo* se realiza con el único propósito de recopilar información útil para la producción de la nota, sin embrago, tal vez esta información no salga directamente al aire.

- El *sonido real* está diseñado para producir un segmento de cinta de audio que pueda insertarse directamente en un noticiero leído por el locutor. El objetivo de este tipo de entrevista es buscar respuestas breves, directas y que puedan sostenerse por sí mismas.

- Una entrevista de *talk show* de noticias por lo general debe realizarse en un periodo especifico, tener ritmo y continuidad. Es decir, para pasar de un tema al siguiente debe proporcionarse algún tipo de introducción. El invitado puede extenderse hablando más en un *talk show* que una entrevista de *sonido* real.


Imagen, Radio Camoapa

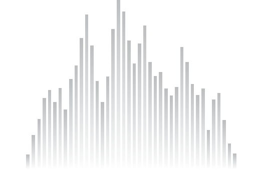


d. Disponibilidad del sujeto
La misma cualidad que hace que una persona sea de interés para un periodista también limita la cantidad de tiempo disponible para dedicarlo a los medios noticiosos; esto a su vez, afecta la manera en que se estructura la entrevista. ¿Cómo organizará su encuentro con el entrevistado? ¿Lo visitará en un lugar lejano, vendrá el a la emisora o la entrevista será por teléfono?

Una entrevista en un lugar determinado como en una oficina o el sitio de un evento en que el entrevistado está participando es la opción ideal para recopilar noticias para radio. Por un lado se aborda a la persona en su ambiente habitual (municipio o contexto cultual) y se obtienen detalles físicos y auditivos de los lugares que añaden color a la entrevista. Con frecuencia, es la única manera de acceder a algunas personas.

Imagen, Radio Santa Clara







La mayoría de las veces no es común hacer que el entrevistado visite la emisora. Aunque, sin duda, resulta más conveniente para el reportero, la mayoría de las personas que son noticia no asisten por su falta de tiempo. Las excepciones son los invitados que aparecen en los talk shows. No olvide que por lo general puede disponer de cortes de talk show en un noticiero, en caso de que a dicho programa haya asistido un invitado importante que genere noticia.

En muchas ocasiones se debe recurrir a la entrevista telefónica. Las emisoras con limitaciones de personal, frecuentemente utilizan este método para recopilar noticias. Una entrevista telefónica también es mucho más cómoda para el entrevistado, sin embargo, presenta desventajas importantes como la fidelidad en el sonido.

a. Cuando el entrevistado coopera

Si por alguna razón el entrevistado no desea hablar o sólo está dispuesto a cooperar durante un tiempo determinado, en este sentido surgen dos problemas particulares.

- *¿Cómo poner a la persona ante el micrófono?* En raros casos tendrá que abordar a la persona en la calle. Esta entrevista sólo debe considerarse cuando han fracasado otros intentos por establecer formalmente una entrevista.

- *¿Cómo eludir un "sin comentarios" como respuesta?* Hay dos modos principales para eludirlo.

  Si la persona se niega a dar una entrevista, informe que reportará su negativa.

  Si ante el micrófono el entrevistado contesta "sin comentarios", pregunte por qué se rehúsa a contestar.

¿Cómo preguntar para recibir una respuesta significativa?

La respuesta significativa es aquella que servirá para sus fines y los del público que escuchan un programa. Una respuesta significativa debe ser: útil dentro de su contexto técnico, directo a la pregunta, clarificador para el oyente o espectador.

a. El comentario

Es la interpretación de la noticia. Exige un conocimiento profundo de los hechos, dominio del tema, capacidad de análisis y síntesis de un hecho. Requiere una entrada atractiva de importancia e interés colectivo, un buen desarrollo y una conclusión racional que puede ser dramática o amable.

b. La crónica

Puede durar más de dos horas. Se desarrolla instantáneamente a manera de relato por parte de un locutor sobre los acontecimientos. Se transmite en forma directa de historia viviente, por ejemplo "Estoy aquí, lo estoy viviendo y lo comparto con mi auditorio".



c. El reportaje

Es descripción, exposición, narración que conjuga la entrevista, el documental, la crónica, la encuesta, el debate. Hay varios tipos de reportaje.

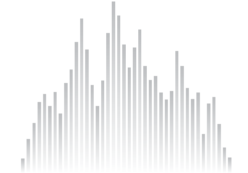
- *Simultáneo:* Es directo.
- *Diferido:* Conjunto de notas, insertos, testimonios, comentarios interrelacionados de manera lógica y cronológica que permiten dar cuenta de los acontecimientos.
- *Descriptivo:* Construye imágenes orales.
- *Narrativo:* Relata los hechos en forma de cuento. Se centra en una historia de interés cotidiano.
- *Interpretativo:* Interpreta fenómenos sociales en su sentido y objetivo profundo. Demanda análisis de los hechos.

d. El debate

Busca la discusión, la controversia, la polémica. Tiene como característica permitir diferentes posiciones de los participantes.

e. El documental

Es un género muy diversificado que desarrolla el periodismo informativo. Se aplica por lo general a un conjunto de asuntos muy próximos en el tiempo y en el espacio, en el entorno que ocurren los acontecimientos que representan la noticia.



El documental es un género que proviene de la línea natural del reportaje y se produce con entrevistas, testimonios o documentos de archivos, reportajes pasados o presentes, con voces vivas de los protagonistas de hechos que por su naturaleza pasan a la historia.

El documental puede ser

Institucional
Relaciones públicas
Social
Controversia

a. El institucional:
Está subdividido en dos ramas: el político y el documental institucional de relaciones públicas. Es una modalidad interpretativa y busca la participación colectiva.

b. El documental de relaciones públicas:
Es un género casi desconocido en la radio y se funda en la idea de crear y mantener una imagen pública de una institución hacia la comunidad.

c. El documental social:
Surge desde la comunidad que expresa por este medio sus inquietudes, necesidades y problemas que requieren de atención inmediata. Sobre todo cuando se enfrenta uno a un problema comunitario de difícil solución y se origina en la vida cotidiana, en los acontecimientos que ocurren todos los días en la vida social, atiende los reclamos de los moradores de un lugar o región. La comunidad lo promueve, el comunicador lo impulsa.

d. El documental de controversia o denuncia:
Es revelador, crítico y de señalamiento. Busca la razón de las injusticias sociales y las denuncias.

En definitiva el documental es una tarea recreativa en la que el trabajo de montaje juega un papel de gran importancia.



Imagen, Radio Camoapa

Géneros educativos y recreativos



Imagen, HCM1 1260 AM

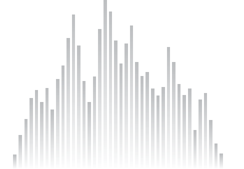
La Radio revista

Es un formato que resume la programación de una emisora en un breve lapso, requiere de conocimiento. Por lo general la realiza un equipo de personas que se distribuyen el trabajo haciendo posible cubrir diferentes temas y formatos, además de este equipo de personas se necesita presentadores y un realizador.

Abarca múltiples temas dentro de una perspectiva general, en la Radiorevista se puede usar: noticia, comentario, reportaje, crónica, debate, mesa redonda, música, charla radiofónica, humor, anécdotas, etc.

La Radio revista se puede comparar con una revista impresa: tiene portada, un índice (titulares) y secciones. Permite que se traten una amplia variedad de temas e informaciones. Esto hace que este formato radiofónico sea muy utilizado en la educación, en la comunicación institucional y para la información. La radio revista hace que el tiempo al aire sea divertido, ágil.





Características de la Radio revista

La Radio revista se clasifica por:

- *Son misceláneas:* es una colcha de retazos, está compuesta por pequeños programas y muchos temas. Tiene dos conductores: por lo regular se recomienda dos conductores un hombre y una mujer, quienes dan continuidad y forman un eje o columna vertebral del programa.
- *Público:* la Radio revista se piensa por lo general para todo público.
- *Frecuencia:* emite diario o semanalmente, por lo tanto requiere de actualidad.
- *Entretenimiento:* debe ser amena y entretener. Por lo tanto use curiosidades, chistes, cuentos, adivinanzas, la alegría debe estar siempre presente.

En la Radio revista el oyente tiene voz porque abre espacios para la expresión, pensamiento, dichos, refranes populares de las personas que desean participar con sus aportes.

Equipo para la Radio revista: por lo regular trabajan más de dos personas, de ahí la importancia de asignar roles a los participantes y tener un director.

Toda Radio revista exige planeación, la planeación debe responder a los siguientes interrogantes:

¿Qué se quiere hacer?
¿Qué temas se van a tratar?
¿En qué formato?
¿Qué duración tiene?
¿Cuál es la frecuencia de emisor?
¿Qué horario tiene?
¿Quién es el público destinatario?
¿Qué titulo va a llevar?

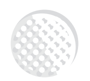
La Radio revista tiene como limitación: el manejo de diferentes secciones por lo tanto el tratamiento de los temas podría ser superficial.

Clases de radio revistas

Por formato	Por tema	Por objetivo	Por público	Frecuencia de emisión
Informativas Variedades Género Institucionales Juveniles, entre otras	De salud Medioambiente Género Derechos humanos Agriculturas Deportivas Noticiosas o informativas Musicales Institucionales	Según la intención de los productores y los temas. Institucionales, generales, educativas, culturales, científicas, informativas, literarias, de cine, diversión	Femeninas, campesinas o agrícolas, musicales, juveniles, infantiles, religiosas, deportivas, informativas o institucionales	Diarias Interdiarias Semanales Quincenales Mensuales.







La charla





Es una manera creativa y amena de ofrecer la información, sea de forma monologada, dialogada o ilustrada.

Mediante la charla el oyente recrea el mensaje. El uso de efectos de sonido y los personajes hacen que el mensaje sea recibido como algo más cercano, más próximo.



El Radio drama o Radioteatro

Este medio se ha utilizado casi desde los inicios de la radio educativa. Se realiza con el fin de educar. Es un formato lúdico y soñador que reúne a toda la familia para enviar mensajes con el ánimo de generar cambios o actitudes frente a problemas o temas de interés de la familia.

Este formato tiene gran aceptación por los jóvenes y adultos ya que es ameno, dramático, satírico, toma casos de la vida real y los adapta para contar historias agradables que dejan una moraleja.

El Radio drama aunque nació en los inicios de la radio aun tiene vigencia, especialmente en la radio comunitaria o participativa. Se puede recurrir a él cuando se quieren plantear temas de difícil manejo, dramatizándolos, contando que ocurre con el problema, cómo se puede actuar en un momento determinado y tratar de plantear soluciones.

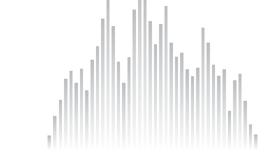
“El Radio drama es una de las técnicas de producción radial más exigentes en atención a que suma una serie de recursos creativos y utiliza todos los elementos del lenguaje radiofónico para trasladar una secuencia de historias, momentos, emociones y escenarios a la imaginación del oyente”[5] ejemplo:

Existen diferentes programas radiales que abordan este estilo de hacer radio; la radio-polémica que es de formato en vivo y en el cual distintos comentaristas deportivos, analizan la actualidad del deporte.



5. Ibíd. Pg 250





Conclusión

En conclusión los géneros para la radio son:

GENEROS INFORMATIVOS Y DE OPINION	GENEROS EDUCATIVOS Y RECREATIVOS
La noticia Flash informativo Noticiario informativo Resumen informativo Programas especiales	La Radio revista
La entrevista De noticia De opinión De personalidad Conjunta	La charla
La crónica	El Radio drama
El documental Institucional - social De controversia	
El debate	

Taller



Comiendo despacio la comida rápida

Seleccione un tema a trabajar en una producción. Por ejemplo, la comida rápida. Elabore un guión de los contenidos y aborde este tema desde diferentes formatos como:

Radio revista **Noticiero** **Educativo** **Musical** **Entrevista**



Al realizar las producciones, escúchelas y con el equipo de la radio discuta las posibilidades sonoras que ofrece cada uno de estos formatos. Sin duda resultará un ejercicio de auto aprendizaje.







Producción de programas en vivo

Pg.

Introducción

Por lo general, el término producción al aire hace referencia a la operación de la consola, en vivo, durante un programa de radio. El realizador radial no sólo hace su trabajo desde el estudio, sino que en muchas ocasiones debe cubrir eventos locales, por lo tanto es importante que conozca que tipo de eventos se pueden cubrir, en qué consisten y cómo puede realizarlos.

Cuando el locutor maneja su propia consola, a esto se le conoce como operación combo.

Las responsabilidades de un productor al aire son diversas y suelen incluir tareas como la reproducción o lectura de comerciales, anuncios de servicios al público y noticias; la lectura de contador; la operación de todo el equipo del cuarto de control; la preparación de música para su transmisión; y el llenado de la bitácora de la estación (un documento oficial).

Operar una consola durante un programa en vivo es una tarea difícil. Algunas de las responsabilidades del operador son la calidad del sonido de la estación y el ritmo apropiado, el contenido y la mezcla de fuentes de sonido.

La operación de la consola resultará mucho menos complicada si establece una rutina donde la seguridad sea lo más importante: potenciómetros en cero; llaves cerradas.

Al planear sus operaciones de consola; tenga cuidado con los micrófonos; es común dejarlos abiertos en momentos inoportunos.

Otro aspecto importante a tener presente sí la información vía satélite permite interactuar con una fuente de transmisión proveniente de un punto de transmisión central. En algunos casos, todo lo que necesita hacer este productor es insertar noticias locales y reportes sobre el estado del tiempo. A veces, el productor deberá llenar muchos segmentos de tiempo locales.

En este sentido la unidad desarrolla los siguientes contenidos: Radio teatro, presentaciones artísticas, conferencias de prensa, conciertos, concursos, trasmisiones deportivas, ferias y fiestas, eventos populares, ferias equinas, ganaderas y agropecuarias, encuestas callejeras, elecciones, reinados populares.





VOL.





Producción de Programas en Vivo

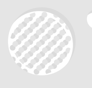


Radio teatro

Es un género radial de entretenimiento en el que un grupo de locutores rescatan con sus voces una historia, novela, serie o cuento, generalmente de carácter literario o humorístico siguiendo un guión literario.

Este tipo de programa fue muy común y exitoso en la década del 70, se hacían en vivo en algunos teatros de Cali, Medellín y Bogotá; alternaban músicos y cantantes y a través de par aislados (línea telefónica) conectaban una consola de micrófonos y recibían la señal telefónica en el estudio o cabina que trasmitía a los diferentes receptores de radio.

Ejemplos como el Radio teatro de Montecristi hecho en vivo desde Medellín, o series radiales como Arandú el príncipe de la selva que era pregrabada en estudios. En la actualidad hablamos de la Luciérnaga y el Cocuyo.



Presentaciones artísticas

Una presentación artística consiste en una jornada en la cual a través de la emisora se trasmite una programación que puede ser sólo de un género (musical); o también mixta (cuenteros, trovadores, cuentachistes, imitadores, etc.).





Conferencias de pr ensa

Son eventos de carácter periodístico informativo en los cuales una estación radial hace presencia ya sea para emitir en vivo o ser testigo de una grabación, del lanzamiento de un nuevo producto, de la novedad de un artista o personaje, de los pormenores de un evento en donde se detallan sus intimidades. También la conocemos como ruedas de prensa y deben ser cubiertas por especialistas en el ramo. Si por ejemplo el político x ofrece una rueda o conferencia de prensa, es necesario que vaya un reportero o periodista político a cubrir el evento.

A veces se exige al medio de comunicación que se inscriba y confirme su asistencia al evento. La rueda de prensa tiene un moderador, quien otorga el orden y los turnos para preguntar al personaje en cuestión.







Conciertos

Eventos de tipo musical en cualquier género, en el cual la estación radial debe proveer una logística para poder emitirlo al aire, generalmente se hace en vivo. Se planean tres aspectos: el técnico, el artístico y el administrativo.

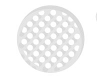
- Aspecto técnico (calidad de sonido, se hacen pruebas de micrófonos, recepción de la señal en estadios. Se revisa la modulación, personal capacitado, operadores de audio).

- Aspecto artístico (locutores versátiles, con buen tono de voz, dominio de público, improvisador, recurrente y en especial agradable, entretenidos).

- Aspecto administrativo (conseguir autorizaciones para el espectáculo, cumplir los contratos con los artistas, pagar impuestos, proveer al personal de comodidades mínimas). Es costoso, tiene mucho trabajo, se corren riesgos pero es un excelente evento para promocionar una emisora radial..







Concursos

Es un género alternativo para un programa radial que sirve para integrar y premiar a los oyentes habituales en un espacio musical o de variedades.

Se busca que el locutor tenga poder de convocatoria en su audiencia y que a través del teléfono responda uno o varios interrogantes para acceder a unos premios.

En la actualidad algunas estaciones eligen sus locutores nuevos mediante concurso donde ellos asumen distintos retos al aire, entre el público y los encargos de la estación radial. Algunos de esos retos o pruebas son presentaciones en vivo de canciones, entrevistas a personajes, grabación de pautas comerciales, participación de programas en vivo con improvisación.





Trasmisiones deportivas

Son los eventos más emocionantes que existen en el medio radial y consisten en informar en vivo acerca de un compromiso de deporte que generalmente es fútbol, microfútbol, baloncesto, voleibol, atletismo, ciclismo, kantismo, sapo, tejo, béisbol, etc.

La parte técnica requiere de un remoto que permita enviar la señal desde el escenario, cancha o polideportivo donde se realiza la transmisión. Se requiere de un narrador, conocedor de las disciplinas deportivas, que emplee un lenguaje versátil, fluido, claro, emotivo que le permita al oyente ilusionarse con la transmisión.

Un comentarista que determine las tendencias del cotejo o la competencia, determine ideas, posibles ganadores, oriente al oyente sobre el desarrollo del evento, describa el entorno y apoye en el trabajo al narrador. Una voz comercial que sea un excelente lector e intérprete de anuncios publicitarios, que matice su voz para entonar los productos y servicios que ofrecen con el fin de financiar gastos. Estas trasmisiones tardan entre 2 a 5 horas.



La transmisión de deportes a contr ol remoto

Fútbol
Por lógica, se requiere hacer un análisis profundo de esta especialidad y necesita un comentarista capacitado en este deporte. Se requiere un equipo de producción numeroso que ayudará a los comentaristas a realizar un mejor trabajo y alguien que pueda llevar el registro de las estadísticas de los puntos y de los castigos.

Básquetbol
Puede presentar muchos problemas de audio. Un gimnasio cerrado con gente aplaudiendo es un ambiente difícil para la transmisión; un gimnasio medio vacío empeorará las cosas pues habrá reverberación (eco).

Puede utilizarse un micrófono direccional o uno de diadema para el locutor y tener un micrófono destinado a captar el audio de la multitud. Puede suspender el micrófono de la cabina de prensa o incluso colgar los micrófonos de una estructura o pedestal; esto agregará algunos sonidos interesantes a la cobertura.

Imagen, Bass Radio.

Deportes de campo
Es difícil cubrir los deportes jugados a campo abierto. En primer lugar es probable que no existan gradas o asientos para que el locutor tenga una adecuada perspectiva de la acción. En segundo lugar el viento suele ser un factor importante, cuando el estadio no cuenta con estructuras que detengan las corrientes de aire. El ruido de la multitud también constituye un problema, porque es probable que no haya lugar para colgar un micrófono orientado hacia la multitud.

En deportes de campo una de las mejores opciones es tener un micrófono parabólico o de escopeta a la mano para captar el sonido ambiente de la multitud y de los atletas.

Si no puede construir una pequeña plataforma para el locutor, la caja de una camioneta sería lo mejor.

La producción de controles remotos y de deportes requiere de una cuidadosa planeación; planear anticipadamente es esencial.

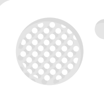
Es importante calcular cuánto equipo necesitará; duplicar esa cantidad y prepararla adecuadamente evitará muchos contratiempos; es importante además tener un sistema de comunicación con el estudio.

Transmitir deportes plantea una amplia gama de problemas de producción, entre ellos; la elección del locutor, la llegada al lugar que debe ser de seis horas antes para hacer las pruebas necesaria.









Ferias y fiestas, Eventos populares

Hacer radio para trasmitir las ferias y fiestas de una comunidad es casi una obligación de toda emisora y en especial de una emisora comunitaria donde todas las manifestaciones populares, culturales, cívicas y sociales deben ser exaltadas, conocidas y transmitidas.

Son programas populares, callejeros o de plazas. Requieren de la misma logística de una transmisión de presentación artística, ya sea porque se haga en directo o se pasen boletines de 3 a 5 minutos en vivo desde el lugar.

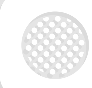


Ferias equinas, ganaderas y agropecuarias

Son eventos especializados que requieren de reporteros, periodistas y un asesor experto en esta temática, que desde la plaza de ferias ilustre al oyente sobre el desarrollo, las competencias, las selecciones que de ganado se hacen.

Es un programa útil donde hay que asumir riesgos como el nivel de credibilidad y trabajar muy bien lo que es la publicidad interesante para el gremio ganadero o equino.

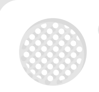
En cuanto al tema agropecuario se manejan cifras, tipos de siembras, productos, semillas, insumos, abonos y técnicas de cultivo. Se recomienda evitar el uso de porcentajes.



Encuestas callejeras, Temas de opinión y de actualidad

Se adopta perfectamente en espacios musicales, noticiosos, culturales o deportivos en donde un hábil reportero, entrenador recursivo aborda a diferentes personas en medio del público callejero y con 2 o 3 preguntas rápidas interrogan a un ciudadano sobre un tema de interés al aire.

Esta técnica es útil, necesaria, crea expectativas y aumenta los niveles de audiencia.



Elecciones

En radio es un éxito trasmitirlas especialmente las de alcaldes, gobernadores presidentes ya que acaparan el interés general.

El dispositivo logístico de una transmisión radial de elecciones exige como mínimo un puesto remoto en directo desde la sede de la Registraduría Nacional del Estado Civil, para lo cual hay que trasmitir con tiempo un par aislado o línea telefónica para consola.

En la parte artística reporteros capacitados en el tema político-electoral, que sean imparciales, ecuánimes que orienten a la audiencia, que eviten dar cifras extraoficiales o intentar dar ganadores sin estar seguros, es decir sin investigar para confirmar la noticia. Es un evento que requiere seriedad periodística y sincronización técnica.

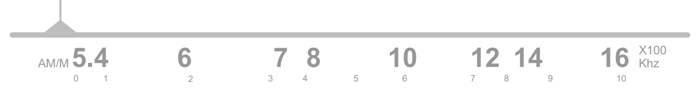


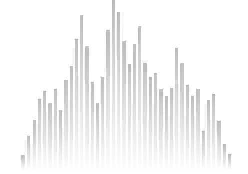










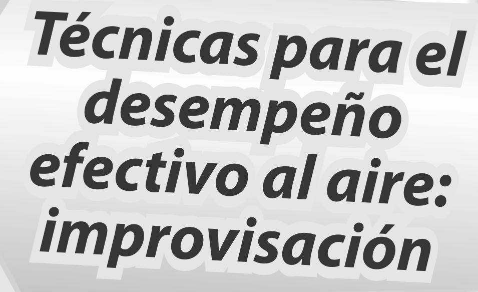




Reinados populares

Es un evento llamativo para transmitir y más aun si la comunidad no tiene servicio de televisión local. El certamen exige hacer un seguimiento previo a los actos de la velada de elección y coronación que consiste en entrevistas a candidatas, jurados y delegaciones participantes; reseñar a los artistas, músicos y cantantes que participarán de la velada.

Es importante difundir todo este tipo de actividades sociales que es una de las tareas más destacadas que la radio local pueda hacer por su comunidad.



Técnicas para el desempeño efectivo al aire: improvisación



Improvisación significa hablar "libremente". Usted dice lo que le viene a la mente y no lo que está escrito en el guión. La improvisación es una habilidad esencial para los locutores de radio y hasta cierto punto, puede aprenderse y enseñarse.

A continuación algunas orientaciones que pueden ayudar a improvisar de manera acertada.

Tenga clara alguna idea de lo que va a decir.

- Debe tener una fuente de información de la que obtiene su material.
- Familiarícese con la música, los artistas y, si está trabajando en noticias, con los sucesos actuales.

- Es fundamental conocer los hechos actuales para todo trabajo al aire porque estos tienen una manera de abrirse paso en cualquier formato.

- Utilice la planeación, la improvisación y la brevedad.

  Planee y sintetice: haga un resumen mental de lo que quiere decir
  Improvise en dosis pequeñas.

  Sea breve. Evite extenderse, para no fatigar a la audiencia. Por ejemplo, tal vez esté planeando improvisar acerca del estado del tiempo. En lugar de abrir la boca y echarse a volar, analice lo que desea decir y sintetice:

  Aún hace calor y el ambiente está seco.
  Pero la lluvia tan necesaria está en camino.

Ahora haga una pausa y condense esas ideas en tres o cuatro frases.

- Recuerde que debe ser breve. Los locutores principiantes casi siempre corren demasiado lejos, a veces dolorosamente lejos.

Piense antes de hablar:

Antes de decir cualquier cosa, piénselo un segundo para asegurarse de que sea apropiada. ¿Desea decir algo, o sólo hablar? Si su respuesta es lo segundo, piénselo bien.

Evite chistes privados. Le parecerán divertidos a usted y a la persona que se encuentra con usted, sin embargo, no serán de interés del oyente por lo tanto no serán captados por él.

Elimine pausas e interjecciones. Decir “ah” o tomarse largas pausas es molesto.

Conozca las reglas y póngalas en práctica. Recuerde que casi siempre la estrella es la música, no el locutor. Entérese de lo que la gerencia desea que diga y trabaje dentro de las directrices (cuando menos al principio).

Conozca su formato. Los requisitos de improvisación varían de una estación a otra y de un formato a otro; como ejemplo, veamos algunos principios relativamente constantes:

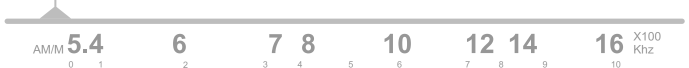


Respecto a la música investigue:

La música requiere de un buen conocimiento del material. Es muy difícil engañar, sobre todo a los aficionados sobre un género musical determinado.

Recuerde que los aficionados a la música muestran intolerancia hacia los locutores que confunden nombres y datos sobre los intérpretes y nunca bromearan sobre la música.






- En materia de noticias evite especulaciones.
- En noticias o comentario de noticias no hay sustituto para el conocimiento. No puede fingir que entiende las noticias. Cuando llegue a improvisar en este género, sea cuidadoso. Un paso en falso podría provocar una demanda por calumnias. En términos generales, debe seguir el plan, calcular su estrategia y apegarse a lo que sabe. Cuando improvise sobre noticias o información, no especule. Será mejor que no diga nada que de información incorrecta. Además, tenga cuidado de no sonar como un "sabelotodo". No menosprecie a los radioescuchas y sea respetuoso.

Antes de empezar el programa

Es conveniente que antes de poner sintonía y empezar a hablar el locutor se cerciore de que no va a tener problemas de índole técnica durante el programa. A continuación una serie de indicaciones:

- Compruebe que tiene señal a la entrada de la mesa de todos los micrófonos y fuentes sonoras que vaya a utilizar (CD, platinas, plato, ordenador, teléfono).
- Verifique que tiene comunicación entre el estudio y el control, por dos razones principales. Una, es que las personas invitadas o el compañero/compañera del programa que esté en el estudio deben tener referencia, en sus cascos, de lo que se está emitiendo y oírse a sí mismas. Dos, por si quiere comunicarse fuera de antena con sus invitados o invitadas (para avisarles de que se acaba la canción, por ejemplo). Para ello debe mirar el mando de control de volumen.
- Ajuste los micrófonos: una vez compruebe que la señal de estos llega a la mesa, debe ajustar su nivel para una buena audición. Si tiene invitados/invitadas se les hace hablar un poco en una posición normal ya que si se acercan mucho al micrófono para probar.
- Una vez que esté seguro o segura de que todo funciona correctamente ya puede empezar a emitir. Si se acostumbra a seguir estos pasos cada vez que haga un programa al final lo hará con los ojos cerrados y evitará sorpresas de última hora.

Técnicas para un desempeño efectivo al aire: técnicas de micrófono para locutores [6]

Algunos consejos para que usted se escuche mejor al aire:


6. Tomado de HAUSMAN Carl y Otros. Producción en la Radio Moderna. Editorial Carsa, México 2001.







- Acérquese al micrófono. Creará una sensación más intima. Esto resulta especialmente cierto con un micrófono condensador hipersensible, pero recuerde que también destacará ruidos como chasquidos de la boca o "popeos".

- Evite los micrófonos de cinta si tiende a producir un sonido de popeo con los grupos de consonantes ps y las bs. Si debe usar uno, colóquese en diagonal respecto a la cinta, no frente a ella. No siempre sabrá la orientación de la cinta por el exterior del micrófono, de modo que pruebe hasta encontrar la posición correcta para ese micrófono en particular.

- Si está promocionando un producto y está utilizando una estrategia agresiva de ventas. Aléjese del micrófono y no sobrecargue el elemento. La perspectiva ganada al poner un poco de distancia entre usted y el micrófono acentuará el mensaje.

- Acérquese más al micrófono cuando haya ruido.

- Aléjese si tiene una voz profunda y fuerte, y si tiende a sonar hueca.

- Como regla general, sitúese a unos 15 centímetros de casi todos los micrófonos. Por supuesto, la distancia variará de acuerdo con el micrófono y la circunstancia, pero este es un buen punto de partida.

- Ma ntenga la misma distancia relativa del micrófono. No se acerque y se aleje a menos que tenga una razón para hacerlo. Por ejemplo, tal vez querrá crear un efecto más íntimo al leer una parte del texto. Los locutores principiantes a menudo tienen problemas porque mueven la cabeza e inadvertidamente quedan fuera del área de captación o se acercan tanto que suenan huecos o saturan el sonido.

- No toque un micrófono montado cuando este abierto. Los micrófonos de estudio a menudo no tienen amortiguador de sonido para manejo manual y la audiencia escuchará ruidos no deseados.

- Si tiene problemas con los "popeos", ruidos de respiración u otros sonidos del habla como chasqueos, pruebe un filtro de viento o capuchón, bloqueará parte de ese ruido.

- Si siente que debe darle más profundidad a su voz, utilice un micrófono cardioide y colóquese cerca de él, pero no mucho o sonará hueco.

- El micrófono debe tener un control de atenuación de bajos y acentuar la brillantez y la claridad.

Ejercicio de aplicación

Para el manejo del micrófono ¿qué haría en cada uno de los siguientes casos?

1. Un locutor tiene una voz débil, alta y aguda.

2. Entrevistas en vestidores.

3. Locutores aficionados (invitados a un programa de entrevistas).

4. Un locutor que está haciendo un comercial para un restaurante elegante.

5.Un disc jockey gritón.



Transmitir programas en vivo como deportes y otros plantean una amplia gama de pr oblemas de producción, entr e ellos; la elección del locutor , la llegada al lugar que debe ser de seis horas antes para hacer las pruebas necesarias.

La producción de contr oles remotos y de deportes requier e de una cuidadosa planeación por lo tanto es esencial planear anticipadamente.

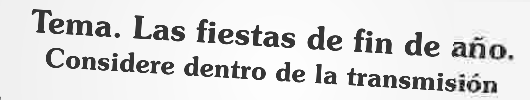
Es importante calcular cuánto equipo necesitará; duplicar esa cantidad y prepararla adecuadamente evitará muchos contratiempos; es importante además tener un sistema de comunicación con el estudio .





¡Aló, habla el oído!

En su próxima transmisión en vivo y en directo tenga en cuenta la realización de un guión y como la práctica hace al maestro, trabaje sobre una prueba.



Qué le muestra el ojo a quien habla. ¡Descríbalo!
Que le dice el oído. ¡Descríbalo!
Que le despierta el olfato. ¡Descríbalo!
Que percibe su tacto. ¡Descríbalo!
Cómo saben las comidas en venta. ¡Descríbalas!

Los sentidos hablan. Póngalos al servicio de su próxima transmisión









Producción de programas para distintas audiencias

Pg.



Introducción

Producción de pr ogramas para distintas audiencias[7]

“El mundo cambió. El periodismo… ¿cambió?” Con esta pregunta de bienvenida a sus visitantes, el portal en Internet de la organización argentina Periodismo Social[8] cuestiona de entrada el olvido sistemático del sector social en el cubrimiento que hacen a diario los medios de comunicación masiva.

La llamada “revolución silenciosa” que protagonizaron las mujeres en el siglo pasado, considerada la única realmente triunfante y memorable; el ascenso de estatus de la niñez con la promulgación de los derechos de los niños; la otra revolución silenciosa que se viene gestando al compás de los cambios demográficos mundiales que hablan de un crecimiento acelerado de la población mayor de 60 años; y por último, pero no menos importante, el reconocimiento de la existencia de un porcentaje significativo de personas con discapacidades y el llamado a una mirada más integral y respetuosa hacia esta población. Todos ellos fenómenos de impacto apreciable parecen no haber alterado el estilo y enfoque del periodismo colombiano, todavía embelezado con el mundo político y económico y ahora con el artístico, pero de escasa conexión con los cambios que a nivel social se gestan día a día en el país.

Esta situación de carencia y déficit en la representación de ciudadanos y ciudadanas que por diversas razones no hacen parte de la agenda de los medios, no es exclusiva de los medios comerciales. También afecta a las emisoras comunitarias, las cuales no cuentan con desarrollos a este respecto, aunque sea desde estos medios donde eventualmente se han propuesto formas y estilos para cubrir adecuadamente la vida y hechos protagonizados por las personas con alguna o varias discapacidades, por niñas y niños, por las mujeres y por los adultos mayores.

En este módulo se algunos lineamientos para el tratamiento de la información respecto a discapacidades, acogiendo algunas de las propuestas ya desarrolladas por organizaciones que luchan por la inclusión positiva de estos actores en la vida social y por el mismo Estado, quienes en conjunto intentan posicionar una sensibilidad más igualitaria y libre de discriminaciones hacia los grupos humanos mencionados.



7. Esta unidad fue desarrollada por la Universidad Industrial de Santander UIS.

8. PERIODISMO SOCIAL, www.periodismosocial.org.ar







Características del manejo periodístico de los temas sociales

Una mirada a la forma como los medios presentan la información a sus audiencias, muestra un conjunto de características que se repiten continuamente y no contribuyen a la comprensión adecuada de la realidad que necesita el país.

En primer lugar, los medios ponen el acento en los problemas más que en la soluciones, es decir destacan los lados negativos de las cosas y de las posiciones de quienes los protagonizan. Los problemas son más atractivos que las propuestas de solución.

Un segundo rasgo de la información es la preferencia por el conflicto y las posiciones antagónicas de quienes lo viven o los sufren. Pocas veces los medios se ocupan de aquellas cosas que acercan a las partes enfrentadas, dejando poco lugar para lo que podrían tener en común los sujetos de la información.

La preferencia por lo espectacular y lo insólito es otro rasgo que caracteriza el manejo informativo. En este sentido lo inmediato es el filón a explotar, dejando de lado los procesos de cambio que día tras día se producen en la sociedad.

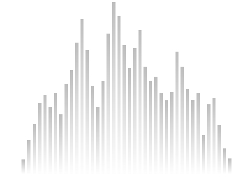
Los medios han consagrado a determinados actores y temas como su materia prima cotidiana, generalmente los personajes cercanos a los entornos del poder o de la dirigencia oficial del país. Los otros liderazgos, los de los sectores populares o las poblaciones menos glamorosas no tienen cabida, a menos que produzcan hechos en contextos violentos o en momentos de emergencias, como en el caso de catástrofes naturales o alteraciones del orden público.

Otra característica del trabajo mediático es su inmediatez, en detrimento de los acontecimientos que se despliegan en momentos extensos, como lo son los cambios sociales y la transformación de los imaginarios.

Este listado de características es apenas una mínima parte de lo que nutre las rutinas profesionales de los productores de información, en virtud de las cuales, el país real no tiene cabida en la corriente informativa, y menos los cambios que a diario producen los personajes anónimos a lo largo y ancho del país.

Un campo aparte merecería el cubrimiento que hacen los medios del conflicto armado y la violencia general que vive el país, en el cual los analistas están de acuerdo en que los medios han contribuido poco a su comprensión y menos a una movilización activa de la sociedad colombiana para darle solución.





Es en este contexto que surge la necesidad de emprender procesos pedagógicos, que suministren herramientas a los periodistas y comunicadores para que incorporen en sus agendas de trabajo el universo de algunos grupos sociales que requieren ganar una mejor comprensión a nivel nacional, para poder integrarse en igualdad de condiciones a la vida del país. Se trata de construir un periodismo que informe con equidad y que asuma rigurosamente el cubrimiento de todos los sectores no representados en el discurso de los medios.

Como se decía al comienzo, este intento de ganar visibilidad y una mejor representación para ciertos sujetos sociales tradicionalmente marginados o ignorados, se remonta a los años 80 del siglo pasado con la puesta en marcha del Programa de Infancia y Mujer, inicialmente coordinado por UNICEF y luego asumido por el ICBF y la Presidencia de la República, el cual tenía como propósito el posicionar en la agenda pública los esfuerzos de las mujeres del país para construir un mejor futuro, incidiendo en los medios para que se asumiera a las mujeres como protagonistas y no como víctimas.

En el presente, se puede constatar la existencia de varias iniciativas que intentan conseguir espacio en el imaginario colombiano a través de un mejor tratamiento de sus temáticas en la prensa. Hablamos de programas específicos de las entidades de gobierno que apoyan o impulsan por sí mismas la discusión pública en torno a las personas con discapacidad, a los jóvenes, a la tercera edad o a los adultos mayores, todas ellas teniendo en común la lucha por la inclusión de estos actores, en cumplimiento del derecho a la igualdad que asiste a todo colombiano.

A continuación se hará una presentación de la situación de cada uno de estos grupos, sus objetivos y los lineamientos que se han dictado para que los medios faciliten su inclusión como sujetos de derechos en la vida del país.



La infancia, ausente en los medios

La información estadística informa que el 42% de la población colombiana corresponde a los menores de 18 años, es decir, casi la mitad del país está compuesta por niños y jóvenes. Esta cifra sugeriría que los medios de comunicación dedican un alto porcentaje de su información al cubrimiento de este grupo poblacional, pero la realidad es otra, convirtiendo a la infancia, junto a los adultos mayores, que también representan un alto porcentaje, en los grupos más ignorados y mal representados por parte de los medios.







BIENESTAR FAMILIAR

FISCALÍA

Hechos para tener en cuenta:

En el año 2002 murieron de forma violenta (homicidio, accidente de tránsito, suicidio y otros accidentes) 4.380 niños y niñas.

Medicina Legal reportó en el año 2002, 64.979 casos de violencia intrafamiliar, de los cuales 10.377 fueron a personas menores de 18 años.

En el año 2002 se reportaron 21.180 casos de violencia sexual, según datos de la Fiscalía General de la Nación.

Cerca de 14.000 menores de 18 años son judicializados cada año por infracciones a la ley penal. De esa cifra el 30% son privados de la libertad y de estos últimos el 90% son de estratos 1 y 2.

Según cifras gubernamentales, el 18% de la población en edad escolar no recibe educación, lo que significa que en Colombia hay cerca de 2.300.000 niños y niñas por fuera del sistema educativo.

En los últimos 20 años, cerca de 1.1 millones de niños han sido víctimas del desplazamiento. Los campesinos son los más afectados, según informa el ICBF.

Un total de 7,5 millones de menores de edad viven en la pobreza y de ellos un millón en la miseria (UNICEF)

Colombia es el cuarto país del mundo con más niños vinculados a la guerra: De 14.000, el 67% están en las Farc, el 13 % en el Eln y el 20% en las Autodefensas, según los datos de la ONG Human Rights Watch.

2 millones 542.863 niños y niñas en edad escolar se encuentran por fuera del sistema educativo, de acuerdo con datos de la Alianza por la niñez colombiana.

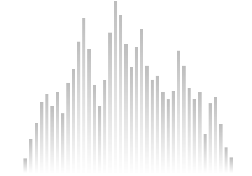
De los 17mil 912 casos de abuso sexual atendidos en Medicina Legal en 2004, el 83.4 por ciento fueron menores de edad. (Alianza por la niñez colombiana).

Aproximadamente 35.000 menores son víctimas de la explotación sexual en Colombia y 16.000 de ellos están entre los 8 y los 12 años, según UNICEF.

Estos son apenas algunos de los datos que compone el retrato de la niñez en Colombia, desvirtuando la noción romántica de la niñez como un período feliz y libre de los conflictos que entristecen a los adultos.

Este retrato expone una situación compleja y dramática de la población infantil y joven de nuestro país, que requiere enormes esfuerzos para la superación de las condiciones difíciles en que viven niñas y niños.

En el país se han venido desarrollando iniciativas que buscan sensibilizar a todos los colombianos sobre la importancia crucial que tiene la niñez, especialmente los primeros 6 años de vida, para el progreso y viabilidad de la nación. Estas iniciativas tienen su inspiración y herramienta fundamental en la convención sobre los Derechos del Niño, suscrita por Colombia y la mayoría de países de América Latina.





El marco de la comunicación sobre la infancia

A nivel nacional, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF tiene los Derechos de los Niños y Niñas como uno de sus temas principales, en virtud de lo cual ha desarrollado trabajo de cooperación con emisoras comunitarias del país para la promoción de una niñez con mejores oportunidades.

Una experiencia memorable para las emisoras comunitarias fue su participación en el proyecto A gatas, en el cual se promovía una mejor atención para los niños y niñas en sus primeros 6 años, a través de cantos e historias recogidas con los adultos, hablando sobre su infancia, los momentos agradables, los difíciles, sus recuerdos del trato que les daban sus padres y como esto había influenciado la forma como estaban educando a sus hijos en la actualidad.

La infancia ha gozado de espacio en las emisoras comunitarias no hay duda, pero ante las situaciones difíciles que viven a diario los niños del país, se requiere un trabajo permanente, no limitado por el tiempo de una campaña o un programa especial. Este es el trabajo que deben emprender las emisoras comunitarias, de manera que se pueda hablar de la existencia de una política comunicativa hacia la infancia.



La imagen de la infancia en los medios

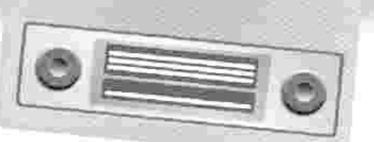
Antes de presentar los lineamientos de un trabajo de posicionamiento de la infancia en la agenda de las radios comunitarias, vale la pena echar un vistazo a la manera como los medios asumen la infancia en su cubrimiento periodístico.

En el texto, Periodismo y Comunicación para todas las edades, Javier Darío Restrepo[9], plantea que los niños y los viejos son presentados de forma similar, "como problema más que como solución". Igualmente, se presenta a estos dos grupos casi siempre como víctimas, necesitados de protección, con poco para dar y si mucho para recibir. "Cuando no son víctimas, los niños y las niñas se acercan a la categoría de seres invisibles para los medios de comunicación.", concluye el autor al referirse a lo característico del trabajo de los periodistas.

A favor de las emisoras comunitarias se encuentran todos los esfuerzos que hacen por mantener al aire los programas de niños, hechos por ellos o para ellos, y su participación en varios proyectos y campañas de apoyo a los derechos de la niñez o a procesos lúdicos de formación, etc.



9. RESTREPO, Javier Darío. Periodismo y comunicación para todas las edades. Ministerio de Comunicaciones, Bogotá. Pg. 128



Imagen, MD Radio

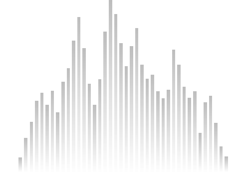
La infancia a través de la emisora comunitaria.

Los comunicadores, programadores y productores radiales no pueden quejarse de falta de información sobre la niñez en Colombia, o por la poca disposición de los niños a vincularse a la emisora para sacar adelante un proyecto radial. Tampoco de falta de recursos, pues este es uno de los temas que a través de una buena gestión logra para la emisora la asignación de algún tipo de financiación o por lo menos el apoyo de diversas instituciones. A primera vista, hacer radio con los temas de la infancia parece tener todo a la mano, pero no siempre los resultados son los más satisfactorios.

Pautas de pr ogramación para la audiencia infantil

Son muchas las posibilidades que tiene la emisora para ir más allá de esa hora semanal que tiene dedicada a los niños, los sábados o domingos por la mañana. La infancia debería tener presencia durante varios momentos del día en la programación de una emisora y no siempre en el contexto "tierno" en que se suele poner a los niños en los programas infantiles. Y sobre esto va la primera noción de una buena comunicación sobre la infancia: Hacer radio con los niños y/o para los niños, no equivale automáticamente a hacer programas infantiles. No siempre hay que tener la voz de un adulto que habla a media lengua o con voz de payaso en son de alegría permanente o un grupo de niños cantando rondas de preescolar.



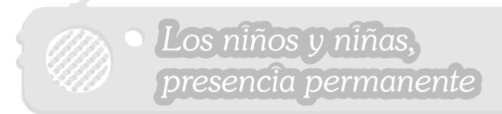


Téngase en cuenta que niños y niñas son personas a las que se les debe tratar en condiciones de igualdad. No hay necesidad de verlos como inferiores y eso es lo que se logra cuando se les habla en tono infantil.

Una evidencia de la televisión puede ayudar: los niños no quieren ver programas infantiles. Son más inclinados a ver televisión juvenil o la que ven los adultos. Y prefieren aquellos programas en que aparecen niños y niñas que toman sus propias decisiones, acompañados por adultos, generalmente familiares o maestros, interactuando en espacios comunes y hablando de tu a tu sobre los temas más diversos.

Un mapeo de la población de niños y niñas del municipio le servirá para delinear el perfil de sus audiencias infantiles. Muy probablemente surgirán varios grupos de edades con expectativas diferentes en relación a la radio que desearían escuchar. Para los más chicos todavía funciona el modelo infantil propiamente dicho, con cantos y rondas, pero los que le siguen en edad, los de siete años en adelante quieren otras cosas que los acerque más al mundo juvenil. ¿Qué programar entonces para los de 10 años en adelante? Estos ya creen saberlo todo y no se contentan con poco. Siempre quieren más.

¿Habrá que pensar programas diferentes para las niñas? Se sabe que niños y niñas se desarrollan a ritmos diferentes y se expresan a través de habilidades particulares. Con un buen perfil de audiencias e información que caracterice los niños y niñas del municipio, se puede pensar en programas y franjas radiales para las diferentes edades que comprende la niñez.



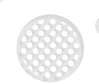
Los niños y niñas, presencia permanente

No es siempre necesario que los niños y niñas aparezcan conduciendo los programas. Hay mucha información que se dirige a padres y personas que están a cargo de los niños, que perfectamente puede ser manejada por los adultos. Pero la presencia de un niño o niña, en un rol de igualdad con los adultos, le puede dar a la información un sello de credibilidad difícil de conseguir a través de la voz de un adulto.

Aunque parezca difícil hallar un niño o niña que tenga una buena personalidad radial, no se debe olvidar que esto ahora es menos difícil que antes. Hoy en día los niños vienen "con otra programación", como se suele decir, con lo cual se quiere reconocer la capacidad expresiva y de conocimiento a más temprana edad que los caracteriza.

Una presencia permanente de los niños será directamente proporcional a la adopción de los diferentes temas que tiene que ver con su mundo, sus necesidades, sueños y oportunidades. Y en la medida de que la emisora explore una cantidad apreciable de temas, la variedad de géneros y formatos también se harán presentes. A continuación se hará una descripción de temas posibles con sus respectivas propuestas comunicativas.





Los temas de la infancia

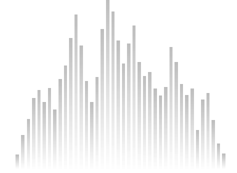
La agenda temática de la infancia hoy en día es amplia y ofrece muchos caminos para su inclusión en la radio.

- Un primer tema es el de los derechos de los niños, el cual abre toda una serie de posibilidades para explorar una a uno cada derecho, dar a conocer la Convención sobre los derechos de los niños y presentar también las condiciones de la infancia del municipio. Este tema se puede trabajar a través de spots o mensajes institucionales cortos; a través de secciones de otros programas, incluyéndolo por ejemplo en los espacios educativos o en las Radio revistas de variedades de las tardes. No necesariamente hay que dedicar un programa exclusivamente a los derechos de los niños. Lo mejor es incluir el tema en "pequeñas dosis" en otros programas para los niños o en los que se dirigen a públicos adultos.

- Temas que hagan visible problemas concretos de la infancia. En esta sección, hay que reconocerlo con tristeza, hay varios que quizás algún día dejen de existir:

  El maltrato infantil, el abuso sexual, los niños trabajadores en deplorables condiciones, los niños en el conflicto armado, niñez y desplazamiento, la explotación sexual de los niños, niños víctimas de minas antipersona, deserción escolar, niños de la calle, niños y alimentación, etc. Junto a estos temas duros y cargados de conflicto, pueden tenerse en cuenta programas sobre el desarrollo de los niños, juegos, narraciones y adivinanzas, dramatizados sobre situaciones de la vida cotidiana de los niños, los niños y sus aficiones, el deporte y muchos temas más que balanceen la tendencia de la agenda a centrarse en aquellas situaciones que se deben tratar con urgencia.





Trabaje temas de interés de la infancia como: problemas de maltrato infantil abusos, niños que trabajan, desplazamientos, niños en la calle.

El tratamiento radiofónico de estos temas abarca todos los géneros, aunque últimamente se están mostrando muy útiles los formatos cortos o clips radiales, que por su lógica publicitaria ágil logran captar atención, insertos en programas de alta sintonía. Los programas de debates, de opinión ciudadana, las entrevistas a expertos y los reportajes despiertan la atención hacia los problemas de la infancia y orientan al oyente a tomar alguna posición o vincularse a alguna causa ciudadana a favor de la solución de dichos problemas.







Tratamiento radiofónico para los pr ogramas de infancia

Debates. Opinión ciudadana. Entrevistas a expertos. Reportajes



Una disposición permanente hacia los temas de la infancia puede condensarse en una campaña que posicione la emisora como el lugar desde donde se anima la discusión pública sobre la niñez. Declarar un mes en especial como el mes de la infancia en la radio o participar con una propuesta radial en el ya existente mes de los niños, dará lugar a una identificación de la ciudadanía con un perfil especial de la emisora.





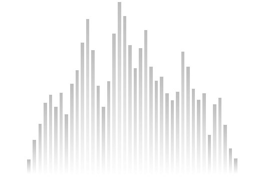


La emisora que se une a las causas de la infancia

La emisora puede encontrar el camino de la infancia a través de los grupos, organizaciones e instituciones que están relacionados con el tema. Estos ejecutan con regularidad proyectos dirigidos a la infancia, en torno a alguno de los temas que se mencionaron más arriba. Estos proyectos suelen tener comités en los que el trabajo de comunicación es una prioridad. Estos lugares tiene que ganarlos la emisora, demostrando que su experiencia y su capacidad técnica la constituyen en una gran aliada de cualquier proyecto o campaña.

En un trabajo como este, en que intervienen varias instituciones, se puede contar con recursos para hacer un trabajo más elaborado, contar con más gente y más puntos de vista, los cuales son activos valiosos que permiten realizar programas de buena factura, con inclusión de expertos, invitados, disposición de tiempo suficiente para la investigación e involucrar elementos artísticos locales en la producción.

Las alianzas o trabajos en conjunto con instituciones locales, regionales o nacionales, suelen dar como resultado productos más profesionales, que se distancian de la oferta inmediata y espontánea que caracteriza las programaciones de la radio comunitaria. Son también una oportunidad para que los productores se formen en temáticas sociales y conozcan nuevas herramientas y técnicas de producción radial. Todo esto contribuye poco a poco a que las emisoras superen su nivel intuitivo de hacer radio y ganen habilidad para involucrarse en nuevos proyectos o proponer los propios a las entidades interesadas en promover sus causas a través de la radio.




Imagen, Radio Latacunga

Un trabajo radial que produce cambios

La situación de la infancia en el municipio tendrá que cambiar positivamente, con la contribución de la emisora al fortalecimiento del diálogo público sobre esta población. En el futuro cercano, esta corriente se traducirá en un impulso a la formulación de políticas públicas que impulsen la solución de los problemas. El poder de la comunicación de iniciar y acompañar estos cambios demostrará el valor de la emisora como una instancia de lo público al servicio de la comunidad, presente en los grandes temas que definen el destino del municipio. Un compromiso que no puede dejar pasar una emisora comunitaria si realmente quiere hacer realidad su proyecto comunicativo al servicio de la comunidad.

"El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones presentó la estrategia 'Internet Sano', iniciativa que busca proteger a niñas, niños y adolescentes del país de toda forma de conducta en la red que pueda lesionar su integridad.

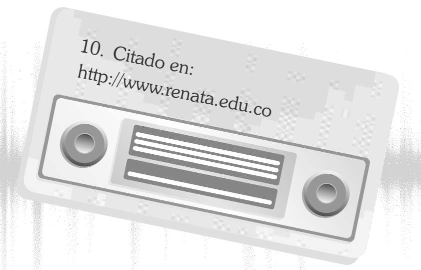
«Internet Sano' será manejado a través de la Dirección de Apropiación del Ministerio de TIC y es una propuesta que integra temas de protección a menores en la red como explotación sexual, pornografía y conductas que afectan la integridad de niños y jóvenes en la red.

El proyecto prevé la formación virtual de administradores de sitios de acceso social seguros, como cafés internet, tecnocentros, portales interactivos y salas de sistemas de las instituciones educativas públicas y privadas de todo el país.

"Internet Sano es una iniciativa nacional en cumplimiento de las leyes 679 de 2001 y 1336 de 2009. Para beneficio de los niños, niñas, docentes y padres de familia, se pondrá en funcionamiento a través de redes sociales como Facebook y Twitter, un grupo de profesionales los orientarán para apoyarlos con sus denuncias y promover el buen uso de la red", indicó la Viceministra de TIC, María Carolina Hoyos Turbay. Citado por

El objetivo de 'Internet Sano' es dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad en Internet, a través de disposiciones preventivas y sancionatorias"[10].

Para saber más puede consultar:
http://www.internetsano.gov.co/


10. Citado en: http://www.renata.edu.co



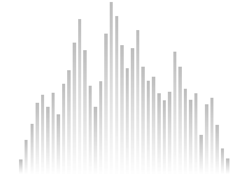
Los Adultos Mayores

Se calcula que para el 2050, los grupos de población más numerosos los conformarán los jóvenes y los adultos mayores de 60 años, como resultado de una revolución demográfica en la que una de cada cuatro personas tendrá más de 65 años. Para Colombia, se estima que el número de personas mayores de 60 años se sextuplicará en el 2050. "Se trata de una nueva generación de ancianos: más saludable, mejor educada y más productiva que la de sus antecesores"[11].

Esta evidencia demográfica sobre el futuro cercano, en la que los adultos mayores ya no serán una minoría marginal, le ha empezado a plantear al mundo grandes interrogantes, especialmente los relacionados con las respuestas sociales que se le ofrecerán a una población con sus capacidades todavía activas y dispuesta a exigir niveles de atención de mucha más calidad que la que se brinda hoy en día a los adultos mayores. Un reto que exige una mirada creativa desde el mundo de la cultura y de los medios de comunicación

11. Ministerio de Comunicaciones, OP.CIT, Pg. 19







Los adultos mayores en los medios de comunicación

Tal como se mencionó más atrás en este texto, retomando lo dicho por Javier Darío Restrepo en el libro Periodismo y Comunicación para todas las edades, la mirada de los medios hacia los viejos está cargada de prejuicios y falta de objetividad. El viejo es mirado más como un problema que como solución, se le ve como un personaje indefenso al que hay que brindar ayuda y se le escenifica casi siempre en el contexto de la enfermedad o la invalidez, como alguien que hace ya varios años perdió su vigencia y se encuentra poco apto para la vida útil y productiva.

Con frecuencia se les muestra postrados en asilos, abandonados y en condiciones de indigencia y abandono, con la cabeza agachada y con pocas ganas de seguir viviendo. Sus comportamientos son erráticos, casi de niños. En fin, la imagen de personas acabadas, en la que nadie advierte o se niega a hacerlo una fase normal de la vida hacia la cual se llegará algún día de manera inevitable.

No hay duda de que los ancianos han perdido actualmente ese aura de sabiduría que tenían en el pasado y que sólo se conserva en ciertas culturas como las orientales y en la indígenas de este país.

El lugar protagónico hoy lo ha asumido la juventud, más como modelo a imitar que como población que haga valer ese protagonismo en el mundo de las decisiones.

Los adultos quieren parecerse a los jóvenes, los viejos también, y para eso existe la moda, las técnicas de rejuvenecimiento, la participación en eventos de jóvenes. Nadie quiere parecerse a los viejos. Ellos, como modelo que eran antes para la sociedad, han sido desplazados por las nuevas generaciones que han impuesto el nuevo modelo a seguir, en el cual lo viejo se ve como una mancha que afea la belleza que hoy se exhibe como el valor máximo en una sociedad guiada por la apariencia.



Los adultos mayores de hoy y del futuro próximo

En contraste con la imagen que proyectan los medios sobre los adultos mayores, la tendencia mundial es la existencia de viejos más sanos, más educados y mucho más activos que los de la generación anterior. Igualmente, el grupo poblacional que llegará a la edad de los 60 años en la próxima década contará con más capacidad y estará mejor preparado para asumir activamente esta etapa de la vida.

Por lo tanto, es previsible que en los próximos años los adultos mayores sean protagonistas y no actores de reparto y tendrán los suficientes bríos para influir en su entorno social, negándose a dejarse arrinconar o discriminar por el hecho de que hayan salido del circuito productivo.

Junto con esta tendencia se espera que la gente joven y la población adulta maduren con una imagen más positiva de la ancianidad, aceptándola como una etapa importante de la vida en la que se experimenta otro tipo de relación más reposada con el mundo y se puede seguir siendo útil a la sociedad.



La construcción de la buena imagen de la vejez por la radio comunitaria

Si esto que se acaba de presentar como una tendencia inevitable de la población mundial le dice algo a los jóvenes y adultos que conducen la emisora comunitaria, entonces no deben esperar a que les salgan canas para actuar y enfrentar con éxito el futuro. El futuro será plateado como las canas, símbolo de la experiencia y el saber.

Una observación rápida a la gente que participa en el funcionamiento de la emisora, buscando cabezas plateadas, dará la pista sobre la importancia que le da la emisora a los adultos mayores. Habrá pocos, con toda seguridad, así que el siguiente paso es buscarlos por toda la ciudad, reunirlos en algún lugar cerca a sus casas y hablarles de la importancia de que ellos y ellas se vinculen a la emisora.



¿Argumentos para convencerlos?

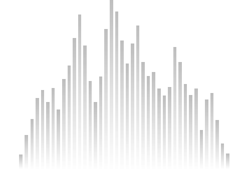
Muchos. Son las personas que tienen los recuerdos más remotos sobre la vida del municipio en los últimos 70 o 80 años, eso nadie aparte de ellos lo puede contar.

También, deben ser muy buenos contadores de historias, con el ritmo y entonación que dan los años y que le ponen ese sabor especial a los relatos.

Los adultos mayores deben tener una experiencia musical, principalmente como radioescuchas o como melómanos o aficionados a la música, que valdría la pena poner al aire a través de nuevos programas radiales que saquen del olvido el tornamesa arrinconado en el cuarto de los chécheres de la emisora desde que se impuso el reproductor de CD. Un programa musical en donde las nuevas generaciones conozcan la música de la vieja guardia con la textura que le añade el paso del disco de vinilo por la aguja, eso, con seguridad captará el interés de mucha gente.

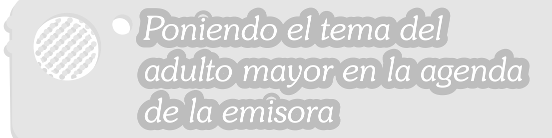
Un programa sobre artes y oficios, otro sobre la comida de esos tiempos, la moda, las costumbres, el amor y los noviazgos, las fiestas, los personajes de la época, etc. Y que tal uno más de los adultos mayores opinando sobre las cosas que ven en el presente, sobre la condición de los ancianos, el trato que les dispensa la sociedad, la mirada que hay hacia ellos.

Imagen, AVM Radio



Los niños, los jóvenes y los adultos mayores podrían ensayar a hacer programas conjuntos. Una radio revista sobre la mirada de las diferentes generaciones del municipio.

Con un listado ampliado, con sus propias ideas, será imposible que se nieguen a participar en la emisora. Algo de eso deberá cuajar.



Poniendo el tema del adulto mayor en la agenda de la emisora

Mientras alguna de las ideas que se le presentaron a los adultos mayores se concreta, la emisora puede iniciar su propia campaña de valoración de la vida de los adultos mayores. Una serie de mensajes institucionales que suenen a menudo ilustrando a la audiencia sobre la importancia de la vejez, puede ir ambientando la audiencia para cuando salgan al aire los nuevos programas con los adultos mayores.



Un plan de capacitación para productor es viejos

No hay nada que los adultos valoren más que la adquisición de nuevos conocimientos. Pues bien, la emisora puede ofrecer una capacitación para que los nuevos productores radiales adquieran las habilidades radiales. Locución, grabación, elaboración de entrevistas, conocimiento de géneros y formatos, etc. Después de cumplido el curso, la emisora contará con un grupo de personas preparada para la producción radial y con una cabeza llena de ideas e historias, suficientes para cubrir de manera creativa y nostálgicamente bella muchas horas de programación.

Incorporar un grupo de adultos mayores a la producción radial tiene sus ventajas. Una de ellas es que los viejos disponen de más tiempo, y eso es importante para la emisora, ya que uno de sus grandes problemas es que la mayoría de gente vinculada a la emisora, en calidad de voluntarios, tiene otras ocupaciones aparte del tiempo que le dedican a la radio.



Participación de la emisora en la política de vejez del municipio

La emisora, representada por algún adulto mayor debe hacer parte activa de las diferentes iniciativas que hay en el municipio para esta población. Las discusiones y decisiones que aquí se produzcan, deberán ser de conocimiento de la audiencia a través de los informativos o de los programas conducidos por los adultos mayores.

La emisora deberá constituirse en una fuerza que apoye la comunicación a favor de una mejor imagen del adulto mayor e influencie a la vez a los sectores de decisión para adoptar un mirada mucho más respetuosa de la vejez, que se traduzca en políticas de apoyo y acompañamiento efectivo a este grupo humano, que con su trabajo y dedicación le





dio forma a un tramo grande de la historia del municipio y sólo espera que las nuevas generaciones lo traten con respeto y no con indiferencia y olvido, como lamentablemente sucede.

Los adultos mayores, hombres y mujeres que ya pasaron de los 60 años, con otros tantos por delante, pueden encontrar en la emisora comunitaria una forma presencial, ya sea como productores y animadores de los temas que trata la emisora, o como audiencia que demanda atención a sus intereses y expectativas. En ambos casos, una comprensión de lo que significa esta edad y su importancia como etapa natural de la vida, le dará a la emisora una infinidad de posibilidades para enfrentar ese reto que le están planteando al mundo los adultos mayores, a pocos años de convertirse, por primera vez en la historia de la humanidad, en el grupo poblacional más numeroso e influyente de la sociedad.

Los adultos mayores pueden hacer presencia en la emisora como:



Audiencia que demanda atención a intereses y expectativas





Taller



¡Sintonizando la radio!

Escuche distintos programas realizados por la emisora y pregúntese

Se produce desde el mismo género radiofónico todos los temas

Qué tratamiento en género y formato tienen los **programas infantiles**

Qué tratamiento en género y formato tienen los **programas para adultos mayores**









Una mirada muy inclusive de las personas con discapacidad

Pg.



Una mirada muy inclusive de las personas con discapacidad escrito por Gladys Herrera Patiño.



Introducción

En diciembre de 2006 se realizó en Arequipa, la versión 44 de la Conferencia Anual de Ejecutivos de Perú, cuyo símbolo fue la flor de la papa. Rodrigo Montoya, periodista de ese país, lleno de curiosidad, le preguntó al presidente del comité organizador, Ben Schneider, por qué habían escogido este símbolo. Esto fue lo que le respondió:

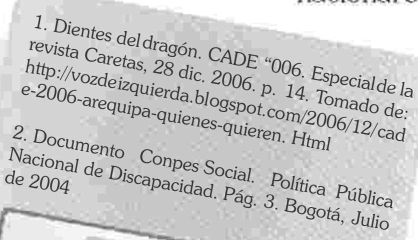
"Pensamos que la papa es el gran símbolo de lo que debemos ser los peruanos. Hay más de tres mil variedades de papa registradas. Las hay grandes y chicas; de forma oval y como cantos rodados; con hoyuelos y sin ellos: negras por fuera y blancas por dentro; rosadas y amarillas, etc. Las papas crecen en todo el país. Se preparan en mil formas.

Son orgullosamente peruanas y no se hicieron problemas para conquistar el mundo. Y por muy distintas que sean, todas son papas[1]"

Escoger este símbolo para el evento fue un acto creativo, cargado de gracia y sabiduría. Se trataba de darle una identidad gráfica a un encuentro pensado para hablar de inclusión y desarrollo. ¿Por qué será más fácil hablar de papas que de personas cuando se trata de no dejar a nadie por fuera? ¿Por qué se nos enreda la pita si también las hay de mil formas y variedades? Las hay bajas, altas, negras, blancas, con más o menos dinero, del campo, de la ciudad, que caminan, que ruedan, que oyen con las manos o que ven con los oídos, entre muchas otras.

Haremos un recorrido para observar qué miradas y qué relaciones son las que favorecen o dificultan la inclusión o exclusión de las personas con discapacidad en la sociedad, que representan hoy el 6.4% de la población colombiana; qué es lo que nos permite verlas como gente válida o inválida, limitada o ilimitada, especial o normal, pues como aparece en el Documento Conpes Social, "la discapacidad no necesariamente es una desventaja; es la situación que la rodea y la falta de oportunidades para superar el problema lo que genera tal condición.[2]"

Con las palabras de todos los días, sencillas y concretas, como las que emplea el lenguaje radiofónico, le invitamos a unirse al grupo de medios de comunicación comunitarios que está trabajando a nivel nacional en la promoción de los derechos de las personas con discapacidad. Junto a ellas, con ellas y con los Comités o grupos de apoyo a la discapacidad que a nivel local están trabajando, podrán fortalecer la red social o el equipo ciudadano que ayude a construir una sociedad para todas las personas.

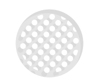


1. Dientes del dragón. CADE "006. Especial de la revista Caretas, 28 dic. 2006. p. 14. Tomado de: http://vozdeizquierda.blogspot.com/2006/12/cade-2006-arequipa-quienes-quieren. Html

2. Documento Conpes Social. Política Pública Nacional de Discapacidad. Pág. 3. Bogotá, Julio de 2004





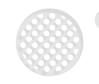


La diversidad

Nuestra esencia como seres humanos es la diversidad. No hay dos seres iguales. Hasta los gemelos son diferentes. La naturaleza está llena de rarezas, de mundos únicos e irrepetibles y las personas no somos ajenas a este fenómeno. En agricultura, por ejemplo, cuando se cultiva un terreno siempre con lo mismo, aparecen las plagas y con ellas el deterioro del suelo. De nada sirve fumigar si no se diversifica el alimento de la tierra. Eso significa sembrar de todo un poco. Hasta el suelo se cansa de que siempre le echemos de lo mismo.

En nuestra alimentación sucede igual: ¿Qué le pasa a alguien que sólo come carne y arroz o que sólo come dulces? Lo recomendable para una adecuada nutrición es consumir un poco de cada uno de los diferentes grupos de alimentos que existen: granos, verduras, frutas, aceites, lácteos, carnes y legumbres.

De igual manera, diversificar nuestro cultivo de amistades nos puede nutrir, fortalecer como seres humanos. Hacer lo que hacen las hienas: los cachorros, los jóvenes, los maduros y los adultos andan juntos y además revueltos. Ganaríamos mucha humanidad si calentamos o fortalecemos los vínculos con niñas y niños, con jóvenes, con personas de la tercera edad, con hombres y mujeres, con personas de diferentes gustos, costumbres y capacidades.




¡Qué mundo tan raro!

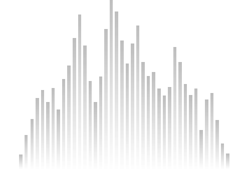
Extraño, loco, demente, lunático, extravagante, maniático, original, infrecuente, excéntrico, inusual, caprichoso, singular, curioso, chalado, excepcional, inusitado, insólito, peculiar.

Existen, por lo menos, estas palabras distintas para decir raro. Esa es la riqueza del lenguaje y de todo lo que tenga vida: la diversidad. Ahora, imagine ¿cuántas palabras existirán para decir persona? Atala, Begoña, Calixto, Charo, Dimitri, Edurne, Fulvio, Greta, Homero, Isis, Juvenal, Karen, Laurencio, Mirta, Nadia, Ñire, Obdulia, Pánfilo, Quirina, Roby, Silvana, Timoteo, Úrsula, Vinicio, Wendy, Xóchtil, Yamila, Zoilo. Azucena, Berenice, Christian, Chela, Dubán, Eva, Feliciano, Gary, Hipólita, Idelfonso, Judith, Katy, Lucas, Matilde, Noel, Oscar, Petra, Querubín, Remedios, Silvio, Trina, Ulises, Victoria, Willy, Ximena, Yoco, Zulma… Siempre serán más, muchas más de las que imaginamos.











Resumiendo

A Estanislao Zuleta, pensador colombiano, un día le preguntaron: ¿cómo podría resumir La Declaración Universal de los Derechos Humanos? Y esta fue su respuesta: "podría resumirla en un solo derecho que los reúne a todos: el derecho a ser distinto".[3]

Fernando Savater lo reitera de otra manera: "el primero de los derechos humanos es el derecho a no ser fotocopia de nuestros vecinos, a ser más o menos raros".[4]

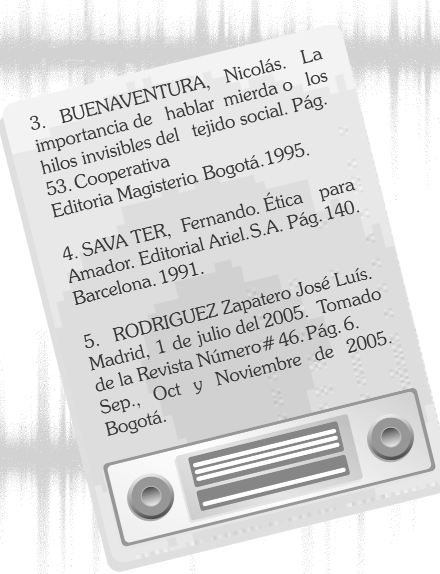
Estamos ampliando las oportunidades de felicidad para nuestros vecinos, para nuestros compañeros de trabajo, para nuestros amigos y para nuestros familiares, y a la vez estamos construyendo un país más decente, porque una sociedad decente es aquella que no humilla a sus miembros… Hoy la sociedad española da una respuesta a un grupo de personas que durante años han sido humilladas, cuyos derechos han sido ignorados, cuya dignidad ha sido ofendida, su identidad negada y su libertad reprimida.

Hoy la sociedad española les devuelve el respeto que merecen, reconoce sus derechos, restaura su dignidad, afirma su identidad y restituye su libertad… Es verdad que son tan sólo una minoría; pero su triunfo es el triunfo de todos. También aunque lo ignoren, es el triunfo de quienes se oponen a esta ley, porque es el triunfo de la libertad. Su victoria nos hace mejores a todos, hace mejor a nuestra sociedad.

…Soy consciente de que algunas personas e instituciones están en profundo desacuerdo con este cambio legal. Deseo expresarles que, como otras reformas que la precedieron, esta ley no engendrará ningún mal, que su única consecuencia será el ahorro de sufrimiento inútil de seres humanos. Y una sociedad que ahorra sufrimiento inútil a sus miembros es una sociedad mejor.[5]

Esta es una muestra de capacidad en términos de inclusión social. Se está garantizando un derecho que le da sentido a la vida de estas personas. Cuando se priva o se vulnera un derecho a alguien, sucede lo contrario: se le hace la vida imposible.

Así sucede cuando una persona no tiene derecho a la educación, al trabajo, a la salud, a vivir en su lugar de origen, a la recreación, al amor, a llevar una vida digna, independiente y segura.


3. BUENAVENTURA, Nicolás. La importancia de hablar mierda o los hilos invisibles del tejido social. Pág. 53. Cooperativa Editoria Magisterio. Bogotá. 1995.

4. SAVA TER, Fernando. Ética para Amador. Editorial Ariel. S.A. Pág. 140. Barcelona. 1991.

5. RODRIGUEZ Zapatero José Luís. Madrid, 1 de julio del 2005. Tomado de la Revista Número # 46. Pág. 6. Sep., Oct y Noviembre de 2005. Bogotá.





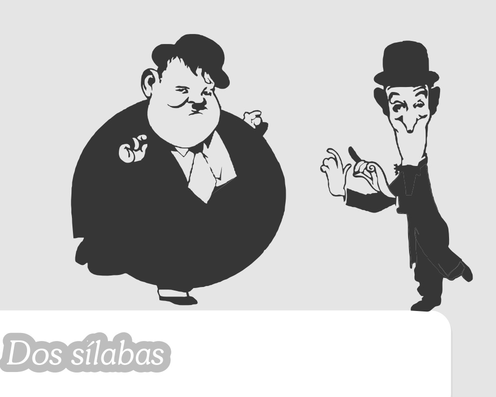


Imagen, La Cultural

Hasta hace poco, las mujeres tenían menos derechos que los hombres. No podían votar, no podían heredar y no podían participar de la toma de decisiones importantes tanto en lo público como en lo privado. Una muestra de capacidad de la sociedad ha sido ofrecer garantías para que a la hora de ejercer los derechos, no importe si somos hombres o mujeres. De igual forma se trabaja en la garantía de los derechos de la infancia. Las niñas y los niños han sido otro grupo de personas excluidas: se les hace a un lado a la hora de tomar decisiones o a la hora de escuchar sus opiniones; son seres hechos para obedecer lo que consideren las demás.

Garantizar sus derechos es verles como "personas" con derechos: a no estar de acuerdo, a pensar y ser diferente, a tener otro tamaño y otras necesidades diferentes pero igualmente importantes.

En este mismo sentido, se trabaja por la inclusión de otros grupos que han sido denominados "minoritarios", como las personas indígenas, las personas en situación de desplazamiento, las personas ancianas, las personas extranjeras y las personas en situación de discapacidad, entre muchas otras.



Dos sílabas

El lenguaje, como siempre nos sorprende con sus jugadas. Los seres humanos somos únicos e irrepetibles, es decir, exclusivos, como los vestidos de los famosos diseñadores: no hay dos iguales. Pero además, somos, y no por naturaleza sino por aprendizaje, excluyentes. En la educación que recibimos ha prevalecido la tendencia a excluir aquello que NO se nos parece. El reto, en términos de humanidad, y por lo tanto de felicidad, es desaprender sobre exclusión y aprender sobre inclusión. Ojalá resulte tan fácil como reemplazar una sílaba por otra. Seres llenos de exclusividades que dejen de excluirse y quieran incluirse unos a otros, en sus planes, sueños y proyectos de vida individual y colectiva.









¿Quién se adapta a quién?

Hasta ahora, las personas con discapacidad han tenido que adaptarse o mejor "arriesgarse" y "abandonarse" a las condiciones que la sociedad les ofrece. Hay quienes han aprendido a subir y a bajar escaleras en silla de ruedas sin ayuda; hay quienes salen, con su bastón de extremo rojo y blanco, saltando obstáculos por los andenes y calles de los municipios colombianos, tanto en lo urbano como en lo rural. Cuando se salvan de no ser atropelladas por los carros, no se salvan de los excrementos de los perros en los andenes o parques, de los huecos, postes y demás obstáculos que abundan por todo lado.

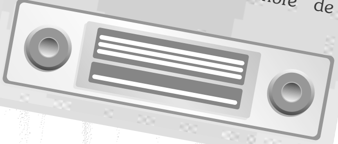
Tienen todo en su contra. En Colombia son pocas las experiencias que se tienen en cuanto a inclusión educativa y laboral. En cambio son muchas las personas en situación de discapacidad que han debido adaptarse a la difícil tarea de depender de alguien para ser sostenidas, tanto económica como físicamente (estudiantes en silla de ruedas que deben ser alzadas por otras para llegar hasta los salones de clase en algunas universidades). Es precisamente esta condición de exclusión la que les convierte en una "carga".

Afortunadamente, ya el mundo se dio cuenta que el asunto no es al revés, como hasta ahora ha venido sucediendo, sino que debe ser al derecho, es decir, que la sociedad se adapte de tal manera que incluya en sus espacios y programas, en igualdad de oportunidades, el acceso a las personas con discapacidad, porque precisamente, están en todo su derecho, como ciudadanas que son. ¿Cuántas salas de cine, cuántas piscinas, cuántos parques, cuántos bancos, cuántas oficinas, cuántas industrias, cuántas viviendas, etc., están pensadas para recibir a esta población?

Esta es la propuesta que ofrece una metodología llamada Rehabilitación Basada en la Comunidad (RBC), diseñada hace más de 20 años, por la Organización Mundial de la Salud, y que puede resumirse en dos objetivos principales:

- Asegurar que las personas con discapacidad puedan desarrollar al máximo sus capacidades físicas y mentales, tener acceso a los servicios y a las oportunidades ordinarias y ser colaboradoras activas dentro de la comunidad y de la sociedad en general.
- Impulsar a las comunidades a promover y proteger los derechos de las personas con discapacidad mediante transformaciones en la comunidad, como por ejemplo, la eliminación de barreras (físicas y actitudinales) para la participación. [6]

6. Manual Pa' to' el mundo. Guía para la construcción de política pública en discapacidad en lo local. Programa de Apoyo a la discapacidad de la Consejería Presidencial de Programas Especiales. Pg.19. Septiembre de 2005.









Desde el 2003, con el apoyo de la Consejería Presidencial de Programas Especiales - CPPE, en 65 municipios ubicados en 7 departamentos del país, se viene implementando esta metodología que en Colombia tiene un ingrediente adicional: la construcción de política pública. Se trata de aprender, como comunidad, a negociar con los gobiernos (local, departamental, nacional e internacional) y con el sector productivo, la inclusión en los planes y programas de desarrollo municipales, de acciones y hechos concretos que permitan empezar a diseñar una sociedad para todas las personas.

En este marco de corresponsabilidad y bajo el fundamento de la democracia participativa, Estado y sociedad, han diseñado estrategias para que las personas con discapacidad, sus familias y las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, puedan prevenir el riesgo, mitigar y superar la materialización de la discapacidad, como también reducir su vulnerabilidad.



Una definición

La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, aprobada en Diciembre de 2006, reconoce que "la discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás."

Asimismo, entiende que "las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás."[7].

Un recorderis

Aunque ya se ha repetido varias veces, la discapacidad además de ser social y diversa, es un asunto de derechos humanos, no de caridad o de boletos para ganarse un puesto en el cielo. El español, Javier Romañach, miembro del foro "Vida Independiente"[8], lo expresa con claridad y brevedad: "pedimos menos solidaridad, menos amor, y más derechos y respeto."

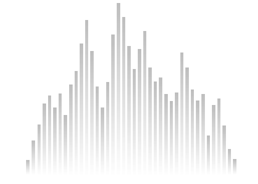


7. CERMI. Claves para entender la Convención Internacional sobr e los Derechos de las Personas con Discapacidad. Pg.5. wwwcermi.es

8. Comunidad coordinada porInternet que defiende el derecho de las personas con limitaciones funcionales a tener una vidadigna: http://www.minusval2000.com/relaciones/vidaIndependiente/













Según Diana Carolina Forero, asesora de comunicaciones de la Asociación Colombiana de Sordociegos, Surcoe; desde el año 2008, con la formulación del Plan Nacional Colombiano de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PNTIC), nuestro país se encuentra inmerso en una clara política que pretende que “todos los colombianos se informen y se comuniquen haciendo uso eficiente y productivo de las TIC, para mejorar la inclusión social y aumentar la competitividad”.

La meta propone que para el año 2019 no haya ningún ciudadano en Colombia que no tenga la posibilidad de utilizar las TIC, lo cual involucra su aplicación en la productividad de las personas y empresas.

Con base en ello y con miras a una sociedad del conocimiento, se promulgó la Ley 1341 del 30 de julio de 2009, la cual estableció el marco general para la formulación de las políticas públicas que rigen el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Allí se determinó que “la investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las TIC son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los derechos humanos inherentes y la inclusión social”.

Para lograr ese objetivo, el PNTIC propone trabajar sobre cuatro ejes fundamentales: educación, salud, justicia y competitividad, aspectos considerados como sectores críticos del país. Así, el plan cobija el ámbito social, político, económico y el personal de los colombianos.

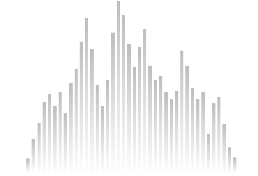
Por ello, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, como cabeza de dicha temática a nivel nacional, ha procurado crear alianzas estratégicas y mecanismos de apoyo entre el Estado y diferentes organizaciones, instituciones educativas y la sociedad civil, que faciliten el acceso a las TIC en igualdad de condiciones para todos.

Es deber de todos reconocer que el uso y aprovechamiento de las herramientas tecnológicas aportan al mejoramiento de la calidad de vida de las personas; así, su apropiación implica que las TIC no sean útiles por sí mismas sino que a través de ellas se generen contenidos de provecho que faciliten la educación, la cultura, la inclusión, la producción de conocimiento y, así, se mejore la competitividad de la población y, por ende, el desarrollo del país[9].

El proyecto cuenta con un sitio web en donde todas las personas pueden encontrar información sobre la iniciativa y temas de interés sobre la sordoceguera: www.conectandosentidos.org



9. Citado en: http://www.conectandosentidos.org





Taller







¡Biografía!

Seleccione 20 personajes reconocidos que hayan tenido algún problema de discapacidad. Lea sus biografías en la radio y haga un programa de 5 minutos con esas historias. Al final de la serie tendrá 20 programas cortos con los que la emisora comunitaria asume un papel de formación y educación en relación con el liderazgo y el trato que se debe dar a cada uno de ellos y ellas. Los y las personas con discapacidad.







Verdad, justicia y reparación

ABC en los derechos de las víctimas del conflicto armado a la verdad, justicia y reparación.[1]

Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR Derecho de las víctimas[2]

Víctima:

De acuerdo con la ley 975 de 2005 es la persona que individual o colectivamente haya sufrido daños directos por parte de un miembro de los grupos armados organizados al margen de la ley que se encuentran desmovilizados y se han acogido al procedimiento establecido por esta Ley.

De igual forma son víctimas indirectas cuando estos delitos han sido, cometidos contra su compañero o compañera permanente, esposa o esposo, padres, hijos e hijas, o contra su comunidad o grupo social.

Definición de víctima[3]

Las víctimas del conflicto armado pueden ser directas o indirectas (familiares y / o testigos)

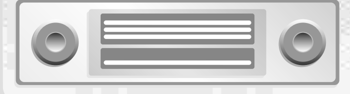
Las víctimas pueden ser sujetos individuales que sufrieron violaciones, o sujetos colectivos que sufrieron violaciones (comunidades, gremios, grupos sociales, grupos étnicos…). A pesar de esto, los efectos de la violencia afectan a la comunidad entera.

La condición de víctima, es transitoria. Una persona además de ser víctima es un ciudadano, inscrito en procesos sociales y de reconstrucción de la comunidad.

El universo de víctimas es heterogéneo, y es necesario entender las diferencias que hay entre las víctimas para dar una atención integral a las mismas (las víctimas son hombres, mujeres, niños, niñas, adultos/as, adultas/os mayores, indígenas, mestizos, gitanos, afro colombianos… y todos estos criterios pueden determinar su victimización, necesidades, atención y expectativas de reparación).



1. Este documento ha sido elaborado por la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR para la Mesa Interinstitucional para el diseño del "Programa de Garantías de Acceso a las Mujeres desplazadas, en tanto víctimas del conflicto armado, a los derechos de Verdad, Justicia y Reparación" ordenado por los Autos 092 y 237 de 2008, emitidos por la Corte Constitucional. Este documento constituye una recopilación, principalmente, de varios de los materiales pedagógicos construidos por la CNRR para la difusión de sus mandatos legales, de los derechos de las víctimas y de los procesos judiciales y administrativos establecidos por la ley 975 de 2005 y sus decretos reglamentarios; de igual forma se citan otras fuentes de relevancia, de acuerdo a los temas abordados.



2. Basado en: SOY UNA VÍCTIMA? Tengo Derechos. Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR. Primera edición, Julio de 2007. Disponible en: http://www.cnrr.org.co/new/libro09.html

3.Basado en: CAJA DE HERRAMIENTAS. Estrategia pedagógica de formación a pares y multiplicadores comunitarios. Área de Reparación y Atención a Víctimas – Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Primera edición enero de 2009.







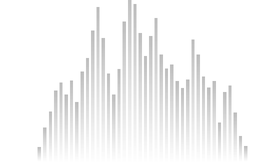


... para obtener la reconciliación



Es un derecho humano irrenunciable, intransferible e imprescriptible. Las víctimas tienen derecho a conocer la verdad acerca de los hechos delictivos, la identidad de los autores de los delitos, las causas y circunstancias en las que se cometieron, el paradero de sus seres queridos.

La verdad puede manifestarse de dos formas: una verdad judicial, que es aquella que se obtiene en la participación de procesos de esclarecimiento judicial (información y participación durante todo el proceso judicial, conocimiento de sentencias, entre otros); y una verdad histórica, que se establece por fuera de estos procesos, a partir de las diversas memorias para que las víctimas y la sociedad sepa qué sucedió, y no se repita.



¿Para qué recordamos?[4]

Para no olvidar

Para la reconstrucción

Para construir una memoria que otros puedan leer pero también que nos sirva para elaborar nuestros duelos

Una recuerda porque una nunca olvida

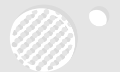
Recuerda también para rectificar, como modo de enseñanza

Hay cosas que no se deben recordar; no siempre recordar es vivir

Remover el pasado también se hace para conseguir justicia

Recordar también para tener derecho a ser reparadas

Para no morir de pena y dolor

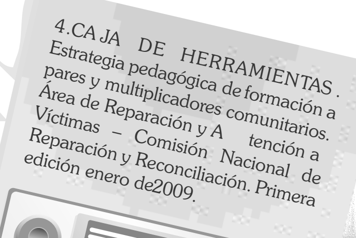


Derecho a la justicia

Es el derecho a que se adelante una investigación rápida, minuciosa, independiente e imparcial, y se adopten las medidas necesarias para que los autores y los cómplices de los delitos sean procesados, juzgados y sancionados debidamente.

Es además, el derecho a participar, plena y activamente, en forma personal y directa o a través de un apoderado o una apoderada de confianza, o de un defensor público o una defensora pública designados por la Defensoría del Pueblo, en todas las etapas del procedimiento de esclarecimiento judicial previsto en la "Ley de Justicia y Paz".





4.CAJA DE HERRAMIENTAS. Estrategia pedagógica de formación a pares y multiplicadores comunitarios. Área de Reparación y Atención a Víctimas – Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Primera edición enero de2009.







"La reparación consiste en dignificar o devolver la dignidad a las víctimas mediante medidas que alivien su sufrimiento, compensen las pérdidas sociales, morales y materiales que han sufrido y restituyan sus derechos ciudadanos"[5]

La reparación además de ser individual, también puede ser colectiva. En este caso, la "Ley de Justicia y Paz" señala que la reparación debe orientarse a la reconstrucción material, física y sicológica de las poblaciones afectadas por la violencia y debe atenderse de manera especial a aquellas comunidades que han sufrido repetidamente por actos violentos.

El derecho a obtener reparación comprende todos los daños y perjuicios sufridos por la víctima, y contempla, o se manifiesta en diversas medidas que buscan compensar los daños y prejuicios mediante medidas para restituir a la víctima a la situación anterior al delito; medidas de indemnización de las cosas que no puedan restituirse; medidas de rehabilitación que ayuden a recobrar la autonomía perdida; medidas de satisfacción para que las víctimas recobren su honor y dignidad; y medidas que garanticen la no repetición de los delitos.



Reparación Integral

Restitución. La víctima tiene derecho, por ejemplo, a que le devuelvan la libertad si está secuestrada o desaparecida; a que le devuelvan sus bienes, si fue despojada de ellos, o a que pueda regresar voluntariamente, en condiciones dignas y tranquilas, a su lugar de residencia si fue desplazada.

Indemnización. La víctima tiene derecho a que la compensen por los daños materiales y morales sufridos. Por ejemplo, por medio de medidas que le permitan conseguir un trabajo si perdió el suyo a consecuencia de los hechos, o un lugar donde vivir si perdió su casa; que se pague dinero por los daños causados.

Rehabilitación. La víctima tiene derecho a medidas que contribuyan a su recuperación física, moral y sicológica. Por ejemplo, puede que un profesional de la psicología lo atienda si sufrió abuso o violencia sexual. Asimismo, puede pedir una prótesis de sus piernas si las perdió como consecuencia de una mina antipersona.

Satisfacción. La víctima o sus familiares tienen derecho a medidas que contribuyan a la recuperación de la memoria de la víctima, el reconocimiento de su dignidad, a la reafirmación de su condición de ser humano, la preservación de la memoria histórica y la aceptación pública de los hechos.

Garantía de no repetición. La víctima tiene derecho a que el Estado y los miembros de los grupos armados organizados al margen de la ley, garanticen que no se volverán a producir las actividades delictivas que le originaron un daño a la víctima y la sociedad en general.



Reconciliación

"Es tanto una meta como un proceso a largo plazo, de personas o sociedades, encaminado a construir un clima de convivencia pacífica basado en la instauración de nuevas relaciones de confianza entre los ciudadanos y las instituciones del Estado y entre ellos mismos, así como la profundización de la democracia con la participación de las instituciones y la sociedad civil"[6]



6. HABLEMOS DE RECONCILIACIÓN. Área de Reconciliación- Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR. Colección Cartillas de Derechos Personales, Primera edición, diciembre de 2008.

¿Qué es la reconciliación?

- La Reconciliación es la sanación y cierre de las heridas.
- La Reconciliación es la construcción y reconstrucción de relaciones (políticas y sociales) basadas en valores sostenibles para la continuidad de una sociedad. Para que exista reconciliación es necesaria la superación de las exclusiones histórico-sociales.

¿Qué no es la reconciliación?

- La reconciliación no es hacer "borrón y cuenta nueva"; y no está necesariamente ligada al perdón.
- La reconciliación no es sólo un resultado o un acto. La reconciliación no es sólo dejar las armas; y no son "besos y abrazos" entre adversarios. La reconciliación no se restringe a la relación víctima-victimario; y no se limita, solamente, a un esfuerzo individual.





Violencia de género en el marco del conflicto armado[7]

Género:

La perspectiva de género, desde el punto de vista de la división sexual, motiva a las personas a crear imágenes que se refieren a las diferencias psicológicas, sociales, culturales y de actividades que realizan hombres y mujeres. Se trata de características modificables durante el tiempo.

Violencia:

La violencia se entiende como un comportamiento que tiene como consecuencia daños físicos o psicológicos. Puede ser ejercida sobre personas, animales o bienes materiales.

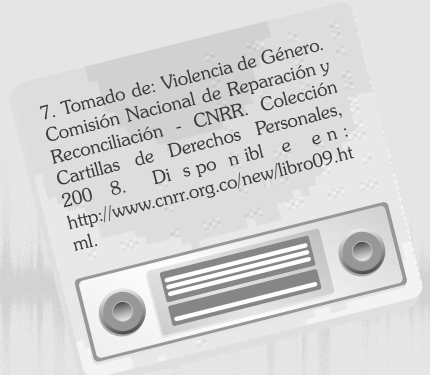
Violencia de género:

Es todo comportamiento que cause violencia sobre alguna persona mujer u hombre por su género, ejercida con el fin de intimidar, humillar, subordinar y decidir sobre su sexualidad y su integridad personal. Generalmente se asocia a algún tipo de agresión que se da a través de amenazas, ofensas, lesiones físicas, abusos y/o la obligación realizar trabajos forzados.





La violencia contra cualquier persona en el marco del conflicto armado es similar a la violencia que se puede presentar en cualquier espacio de la vida cotidiana, la diferencia es que en el conflicto se muestra como una herramienta de guerra y de intimidación.



7. Tomado de: Violencia de Género. Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación - CNRR. Colección Cartillas de Derechos Personales, 200 8. Di s po n ibl e e n: http://www.cnrr.org.co/new/libro09.html.







Formas de violencia de género[26]

"Es tanto una meta como un proceso a largo plazo, de personas o sociedades, encaminado a construir un clima de convivencia pacífica basado en la instauración de nuevas relaciones de confianza entre los ciudadanos y las instituciones del Estado y entre ellos mismos, así como la profundización de la democracia con la participación de las instituciones y la sociedad civil[8]

Física: Este tipo de violencia es fácil de notar pues se presenta con huellas en el cuerpo de las personas. Se ejerce con empujones, mordiscos, uñas, puñetazos o golpes causados con las manos, pies o algún objeto o arma.

Psicológica: Es un tipo de violencia invisible para las demás personas. Se da cuando se ejerce amenazas, insultos, humillaciones y desprecio hacia las personas, entre otras agresiones. En la mayoría de los casos implica la manipulación que puede llevar a que la víctima sienta culpabilidad o esté indefensa frente al hecho.

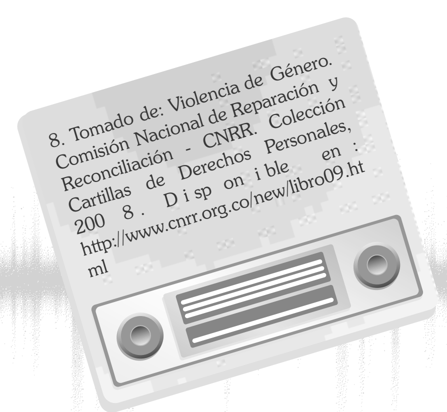
Económica: Se ejerce cuando se controla a las personas el acceso al dinero, a una forma de trabajo determinada o con la entrega del salario a un tercero, entre otras.

Social: Este tipo de violencia es ejercida cuando se limitan los contactos de una persona con los miembros de su comunidad, familia o compañero sentimental de manera forzada que lo lleva al aislamiento. Puede ser causada por la expulsión de la persona de un pueblo o familia por haber sido víctima de una violación o abuso sexual.

Sexual: Cualquier acto en el que se ejerzan comportamientos de tipo sexual sobre cualquier persona en contra de su voluntad, sin importar su edad o si es hombre o mujer. Este tipo de violencia podría estar incluida dentro de la violencia física puesto que se da mediante un abuso de fuerza en el cuerpo de mujeres u hombres.

Violencia doméstica: es un tipo de violencia de género conocida también como esclavitud doméstica.

Sobre la persona se ejercen varios tipos de violencia de género como son la psicológica, económica, social y física. En ocasiones se le impone la violencia sexual como parte de uno de sus deberes domésticos.



8. Tomado de: Violencia de Género. Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación - CNRR. Colección Cartillas de Derechos Personales, 2008. Disponible en: http://www.cnrr.org.co/new/libro09.html





La mujer como víctima de la violencia de género en el conflicto armado

La violencia contra la mujer es cualquier acto, omisión, amenaza o control que se realice contra ella en cualquier situación y espacio. Puede manifestarse con daños físicos, psicológicos, sexuales, intelectuales o contra sus bienes. Las mujeres son víctimas de violencia de género en el conflicto armado si se encuentran en alguna de las siguientes situaciones:

Cuando son esclavizadas: la esclavitud contra la mujer es cuando son obligadas a realizar tareas domésticas o son tomadas como objeto sexual.

Cuando han perdido algún miembro de su familia principalmente las mujeres que se han convertido en cabeza de familia por desaparición forzada u homicidio.

Cuando han sido objeto de abusos sexuales abuso sexual se refiere a todo acto sexual que se dé en contra de su voluntad de alguna de las personas que participan en el acto.

Clases o formas de violencia sexual que se pueden presentar en el mar co del conflicto armado

- **Abuso sexual: es cualquier actividad de tipo** sexual entre dos o más personas sin el consentimiento de alguna de ellas.
- **Violación sexual: es la violación del cuerpo o** acceso carnal violento que se ejerza sobre cualquier persona sin importar su sexo, su edad o su etnia, que utilice la fuerza, la violencia física o psicológica, aprovechando la indefensión, desigualdad o jerarquía que existe entre el agresor y la víctima.
- **Violencia sexual como crimen de guerra:** cualquier comportamiento o acto de tipo sexual cometido en el marco del conflicto armado por cualquier actor que busque agredir a la víctima, agudizar su sufrimiento o afectar a la comunidad.
- **Explotación sexual: se da cuando se obliga a** una persona a realizar un acto sexual por cualquier medio de presión y donde existe remuneración económica u otro tipo de beneficio entre la víctima, el explotador y los intermediarios.



Se utiliza el cuerpo del niño, niña o mujer como mercancía para provecho económico del explotador y placer para el usuario. Se considera que la explotación sexual es:

Una violación fundamental a los derechos de la niñez y adolescencia

Una forma contemporánea de esclavitud

Una actividad generadora de ingresos forzada y dañina



Puede tomar la forma de:

Prostitución

Pornografía

Turismo sexual

Tráfico de niñas, niños, adolescentes o mujeres con fines sexuales

Acosos: cualquier acto, agresión o comportamiento sexual asociado específicamente al contacto físico indeseado y acompañado de comentarios, bromas por su condición sexual o relacionado con su sexo. El acoso sexual puede ser el primer paso de la violación sexual o de la esclavitud o explotación sexual, sometiendo a la víctima a humillaciones y tratos degradantes.

Incesto: El incesto es cuando el padre o la madre tiene relaciones sexuales con su hijo o hija. En el marco del conflicto armado es posible que se den casos en los que los padres son obligados a mantener relaciones sexuales con sus hijas como una forma de castigo o de humillación propiciada por los actores en enfrentamiento.

Mecanismos de presión utilizados para ejercer violencia sexual.

Pueden presentarse en forma de amenazas, como un ejercicio de poder, humillación o chantaje donde se presenta cualquier tipo de exceso de fuerza de dominación física, psicológica o emocional, intimidación, presión indebida, soborno, manipulación o cualquier situación donde se aproveche el estado de indefensión o de vulnerabilidad de una persona.





La violencia sexual en las niñas y los niños

La violencia sexual contra las personas menores de edad es todo contacto sexual, directo o indirecto, de una persona adulta con una niña, niño o adolescente. Es realizado con el fin de obtener provecho, ventajas o placer, sometiéndolos mediante el ejercicio del poder físico, psicológico o económico.

El abuso sexual busca, generalmente, el placer del adulto. Puede ser de diferentes tipos:

Agresión sexual directa cuando hay cualquier contacto sexual con penetración, sexo oral, contacto físico indeseado, etc. En ocasiones estos actos se acompañan de crueldades físicas y psicológicas asimilables a la tortura, con lo que se realiza una doble victimización con daño incalculable.

Agresión sexual indirecto cuando se somete al menor a mirar pornografía o realizar actos de índole sexual como mostrar sus genitales, mostrar los suyos a los menores o tomarles fotografías solos o en grupos. Todos estos actos son para satisfacción sexual del ofensor.

La agresión que sufren las niñas y los niños por los adultos que los utilizan sexualmente deja secuelas imborrables y destrucción más allá del daño físico.

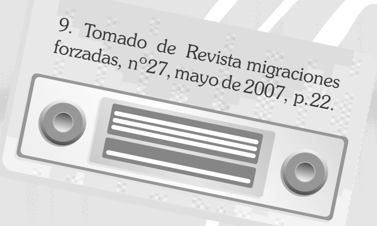
La violencia sexual en los hombres

En el marco del conflicto armado, los hombres reciben los efectos como víctimas directas ya que son los que con más frecuencia desaparecen o son asesinados, dejando a sus familias en estado de indefensión. Pero cuando un hombre es víctima de cualquier tipo de violencia sexual en el marco del conflicto, ésta se invisibiliza más que en el caso de las mujeres dado que se le da prevalencia a otras manifestaciones de agresión.

La mayoría de las formas de violencia sexual que se presentan contra los hombres son similares a las que se presentan contra las mujeres, sin embargo algunas se diferencian en su método dada la condición de hombre. Esta puede presentarse de las siguientes formas:

Violación
Tortura sexual
Mutilación de genitales
Esclavitud sexual
Incesto obligado
Violación forzada

Otras formas de violencia que se presentan como estrategia de guerra tanto en hombres como en mujeres son la iniciación e integración en fuerzas militares o paramilitares o el castigo a personas determinadas, concebidas para aterrorizar, desmoralizar y destrozar la cohesión familiar y comunitaria[9]


9. Tomado de Revista migraciones forzadas, nº27, mayo de 2007, p.22.





Taller

Aprender jugando

Realice una serie radial de 20 trivias sobre desplazamiento en Colombia.

Trivia 1.
La mayor parte de personas desplazadas en Colombia son:

¿Niños?
¿Ancianos?
¿Adultos?

Con las respuestas todos podemos aprender jugando. Esta serie radial puede emitirla en la radio como mecanismo de información, concientización y pedagogía sobre el desplazamiento en Colombia.







Bibliografía

BERNAL GUTIERREZ, Martha; PEDROZA URUETA, Amparo. La radio un arco iris donde la participación es la esencia de colores. Universidad Nacional a Distancia UNAD. Nuevas Ediciones Ltda. Santa fe de Bogotá. Colombia

BUENAVENTURA, Nicolás. La importancia de hablar mierda o los hilos invisibles del tejido social

CACERES DIAZ, Marta Josefa. Para hacer radio. Pensando en el oficio de la radio participativa. Ministerio de Comunicaciones. OP Gráficas 1997

Caja de herramientas. Estrategia pedagógica de formación a pares y multiplicadores comunitarios. Área de Reparación y Atención a Víctimas – Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Primera edición enero de 2009

CERMI. Claves para entender la Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. www.cermi.es

Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR

Dientes del dragón. CADE “006. Especial de la revista Caretas, 28 dic. 2006

Documento Conpes Social. Política Pública Nacional de Discapacidad. Bogotá, Julio de 2004.

FIGUERO, A Romeo. Qué onda con la radio. Alambra mexicana. 1996

Hablemos de reconciliación. Área de Reconciliación - Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR. Colección Cartillas de Derechos Personales, Primera edición, diciembre de 2008

HAUSMAN, Carl y Otros. Producción en la Radio Moderna. Editorial Carsa, México 2001

KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio. El guión – la realización

Manual Pa' to' el mundo. Guía para la construcción de política pública en discapacidad en lo local. Programa de Apoyo a la discapacidad de la Consejería Presidencial de Programas Especiales. Septiembre de 2005

RESTREPO, Javier Darío. Periodismo y comunicación para todas las edades. Ministerio de Comunicaciones, Bogotá

Revista migraciones forzadas, nº 27, mayo de 2007.

SAVATER, Fernando. Ética para Amador. Editorial Ariel. S.A. Pág. 140. Barcelona. 1991

¿Soy una víctima? Tengo Derechos. Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación – CNRR. Primera edición, Julio de 2007. Disponible en: http://www.cnrr.org.co/new/libro09.html

Universidad Industrial de Santander UIS

Violencia de Género. Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación - CNRR. Colección Cartillas de Derechos Personales, 2008. Disponible en: http://www.cnrr.org.co/new/libro09.html

ZAPATERO, José Luís. Madrid, 1 de julio del 2005. Tomado de la Revista Número. # 46.

http://www.renata.edu.co

http://www.conectandosentidos.org



www.mintic.gov.co



